

Rapport annuel 2008-2009

ACTUEL

ACTUEL

TÉLÉFILM CANADA
Rapport annuel 2008-2009



8 Portrait de Téléfilm
10 Faits saillants de 2008-2009
14 Message du président

18 Les membres du conseil d'administration
20 Message du directeur général
25 L'équipe de direction

26 Rapport sur les réalisations 2008-2009
62 Revue et analyse de gestion
74 États financiers 2008-2009

88 Rapport sur la gouvernance

NEWS



ADMINISTRONS

Au fil des quatre dernières décennies, Téléfilm Canada (Téléfilm) a développé une expertise inégalée dans la gestion d'un éventail croissant d'activités destinées à soutenir le développement et la promotion de l'industrie audiovisuelle canadienne. Tout au long de notre histoire, nous sommes demeurés au diapason d'une industrie en constante évolution et c'est pourquoi nous administrons aujourd'hui des programmes d'une valeur d'environ 400 millions de dollars, notamment le Fonds du long métrage du Canada, le Fonds des nouveaux médias

du Canada et comprenant 287 millions de dollars au nom du Fonds canadien de télévision. Notre équipe est investie d'une grande responsabilité puisque Téléfilm est le bras financier privilégié du gouvernement du Canada pour appuyer les artistes et artisans de l'industrie audiovisuelle. Nous nous acquittons de notre mandat avec fierté et nous abordons l'avenir avec confiance.

SOMMES À VOTRE SERVICE

Gérer, c'est servir et la qualité de notre service est une priorité. À Téléfilm, nous mettons notre savoir-faire au service de nos clients. Téléfilm offre un appui intégral à la création, à la production, à la mise en marché et à la distribution d'un nombre considérable d'œuvres audiovisuelles, en veillant notamment au développement du potentiel de l'industrie. Nous

participons ainsi aux festivals et aux marchés canadiens et internationaux afin d'assurer une mise en marché et un rayonnement optimaux des productions et coproductions canadiennes. Bref, nous répondons *Présent !* à toutes les étapes des projets !

FAISONS ÉQUIPE

Afin d'assurer la meilleure qualité de service à nos clients et de contribuer activement au développement d'une industrie audiovisuelle forte, nous faisons équipe avec une foule d'intervenants qui ont à cœur notre réussite collective. Devant l'ampleur des défis auxquels nous sommes tous confrontés, notamment ceux de l'environnement multiplateforme, du financement et des auditoires, nous avons mis de l'avant une approche de partenariat avec les télédiffuseurs, les éditeurs, les fonds privés, les partenaires privés, les distributeurs, les

organismes fédéraux et provinciaux ainsi que de nombreux collaborateurs étrangers. Cette interaction quotidienne avec les acteurs structurants de l'industrie nous a permis d'acquérir une expertise pointue que nous partageons avec nos partenaires. En effet, nous avons la conviction que c'est par la mise en commun et la complémentarité de nos efforts que nous connaissons le succès dans la nouvelle ère médiatique.

SOMMES PRÉSENTS

Téléfilm offre ses services d'un bout à l'autre du Canada par l'intermédiaire de bureaux situés à Vancouver, Toronto, Montréal et Halifax. Cette présence nationale est amplifiée par eTéléfilm, notre service en ligne auquel quelque 800 sociétés sont inscrites. eTéléfilm facilite et accélère le processus de dépôt des demandes de financement, en plus d'offrir d'autres types de services. Nos bureaux réels et en ligne s'appuient sur quelque 200 employés bénéficiant

d'une solide expérience de l'industrie et provenant des domaines juridique et financier, des communications, des technologies de l'information et des politiques. Tous partagent une vision commune : mettre la créativité et l'innovation au service de la croissance économique en veillant à ce que le Canada profite d'une industrie audiovisuelle florissante.

FINANÇONS

Téléfilm finance et s'investit dans sa mission. Notre soutien à l'industrie prend la forme d'investissements, incluant les enveloppes fondées sur la performance, d'avances et de subventions. Ces ressources financent des longs métrages de tous genres (action, aventure, animation, comédie, documentaire, horreur, policier, dramatique) ainsi que des jeux pour consoles, ordinateurs de poche, PC, téléphones cellulaires, des sites Web, des installations multimédias et des projets multiplateformes.

RAYONNONS

Téléfilm contribue au rayonnement international du Canada ainsi qu'à la reconnaissance de nos créateurs. L'année dernière, 58 productions canadiennes ont été appuyées par Téléfilm. L'ensemble des films lancés en salles ont remporté 119 prix. Chaque année, Téléfilm procède à près de 700 inscriptions dans 17 festivals et événements, tout en participant à six marchés internationaux. Les œuvres canadiennes sont vendues dans plus de 100 pays. Afin d'élargir

les marchés et les sources de financement, Téléfilm administre les accords de coproduction avec 53 pays et accrédite chaque année une centaine de coproductions. Les coproductions attirent du financement de l'étranger, permettant ainsi un meilleur partage des ressources techniques, financières et créatrices entre le Canada et ses partenaires internationaux.

AVONS DE L'IMPACT

Dans un contexte économique difficile, l'impact du financement accordé par Téléfilm est une plus-value pour l'industrie, le gouvernement et le public canadien. Chaque année, Téléfilm offre son soutien à plus de 1 000 petites et moyennes entreprises. En 2009, chaque dollar investi par Téléfilm lors des marchés internationaux a généré près de 12 \$ sous forme de

ventes. En 2008-2009, chaque dollar investi par Téléfilm dans la production de longs métrages a généré 3 \$ d'autres sources de financement. Chaque dollar investi par Téléfilm en médias interactifs a généré 2 \$ d'autres sources de financement.



PORTRAIT DE TELEFILM

Depuis sa création en 1967, Téléfilm favorise le développement d'une industrie audiovisuelle indépendante dynamique et florissante au Canada. Plus de quarante ans après sa fondation, Téléfilm est un partenaire précieux pour les industries du cinéma, de la télévision et des médias interactifs; sa présence se fait sentir dans toutes les régions du Canada et sur la

toutes les régions du Canada et sur la scène internationale.

D

u développement jusqu'à la distribution et à la mise en marché, Téléfilm offre son aide à toutes les étapes de la chaîne de valeur des longs métrages et des contenus destinés aux médias interactifs canadiens. Le financement octroyé par Téléfilm dans le

cadre du Fonds du long métrage du Canada (FLMC) et du Fonds des nouveaux médias du Canada (FNMC) ont un effet de levier sur le financement des secteurs public et privé, au pays comme à l'étranger, en générant de l'activité économique et en stimulant la création d'emplois. Par l'entremise d'événements hautement spécialisés et d'initiatives de formation, Téléfilm offre des occasions de développement des affaires nationales et internationales aux entreprises audiovisuelles canadiennes et aux professionnels qui œuvrent dans les secteurs du cinéma, de la télévision et des nouveaux médias.

Téléfilm, dont le siège social est situé à Montréal, offre des services par l'entremise de ses quatre bureaux canadiens : Vancouver, Toronto, Montréal et Halifax. La plupart de ses 200 employés sont des professionnels chevronnés qui possèdent une vaste expérience de l'industrie ou de l'administration. Ses systèmes d'administration et d'information, dont *eTéléfilm*, lui permettent de gérer avec efficacité et efficience près de 400 millions de dollars de programmes à l'intention de l'industrie audiovisuelle, dont environ 287 millions de dollars au nom du Fonds canadien de télévision.

Un mandat pertinent

Selon la *Loi sur Téléfilm Canada*, Téléfilm a pour mandat d'encourager et de promouvoir le développement de l'industrie audiovisuelle canadienne au Canada et à l'étranger. La Société agit comme instrument du gouvernement canadien afin d'exercer un effet de levier stratégique pour le secteur privé.

Téléfilm joue un rôle clé dans la promotion de l'industrie audiovisuelle et des talents canadiens sur la scène internationale, en facilitant les ventes et le financement de films, d'émissions de télévision et de produits interactifs canadiens. De plus, Téléfilm administre, au nom du ministère du Patrimoine canadien, le processus de certification des coproductions télévisuelles et cinématographiques internationales.

Une vision convaincante

Téléfilm soutient la création de contenu canadien de grande qualité, par des créateurs canadiens, susceptible d'interpeller les auditoires d'ici et d'ailleurs. Sa vision est d'assurer la viabilité à long terme de la culture audiovisuelle canadienne.

Une stratégie ciblée

Dans son Plan d'entreprise 2006-2007 à 2010-2011, *Du cinéma au téléphone cellulaire : Téléfilm Canada et le défi de l'environnement multiplateforme*, Téléfilm a axé ses priorités sur trois objectifs stratégiques :

- accroître les auditoires des productions audiovisuelles canadiennes;
- développer le potentiel de l'industrie;
- être un bon administrateur.

FAITS SAILLANTS DE 2008-2009

À

titre de partenaire de l'industrie audiovisuelle du Canada, Téléfilm a financé des œuvres canadiennes de grande qualité que les Canadiens ont pu voir sur des plateformes de distribution multiples; elle a facilité les activités de ventes internationales dans le secteur audiovisuel, soutenu des événements et des initiatives de formation professionnelle visant à développer les nouveaux talents et agi comme un bon administrateur.

1. ■ Accroître les auditoires

La performance des films canadiens en salles¹

Dans l'ensemble, les recettes-guichet au Canada ont atteint 919,6 millions de dollars en 2008, par rapport à 857,4 millions de dollars en 2007. Il semble que la crise économique n'a pas empêché les Canadiens d'aller au cinéma. Les films canadiens ont généré 26,3 millions de dollars de recettes-guichet, mais leur part de marché a baissé à 2,9 %, comparativement à 3,3 % en 2007.

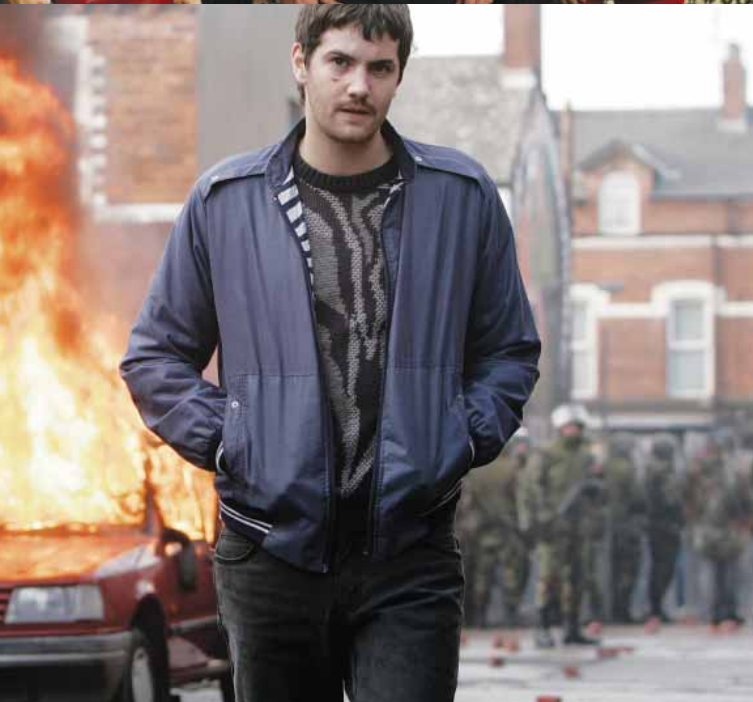
Exploiter le pouvoir des nouvelles technologies : mesurer les auditoires en ligne²

Téléfilm a continué de mesurer les auditoires en ligne des productions soutenues par le Fonds des nouveaux médias du Canada. Ces projets ont attiré des centaines de milliers de visiteurs chaque mois et généré plusieurs millions de visionnements de page. Comparativement à l'année 2007, toutefois, il y a eu une diminution de l'auditoire qui est passé de 5,5 millions à 4,4 millions. Ce déclin s'explique en partie par une diminution du nombre de projets convergents en ligne qui ont reçu l'aide du FNMC.

¹ Les recettes-guichet sont comptabilisées par la Fédération des associations de propriétaires de cinémas du Canada (MPTAC) en fonction de l'année civile, soit du 1^{er} janvier au 31 décembre. Les recettes des films qui ont été à l'affiche pendant plus d'une année civile sont attribuées à l'année durant laquelle elles ont été accumulées.

² Les auditoires en ligne sont comptabilisés par Phase 5 en fonction de l'année civile, soit du 1^{er} janvier au 31 décembre.





Images tirées de :
Dans une galaxie près de chez vous 2, Cruising Bar 2, Ce qu'il faut pour vivre, Fifty Dead Men Walking, Babine et Adoration

2. Développer le potentiel de l'industrie

Consciente que les sociétés de production et de distribution indépendantes canadiennes doivent se mesurer au contenu étranger, Téléfilm a mis en œuvre une série d'initiatives stratégiques visant à aider l'industrie à attirer le financement international et à cibler de multiples marchés et plateformes. Ces initiatives contribuent à développer le potentiel de l'industrie et à assurer sa viabilité à long terme.

Le succès au Canada et ailleurs : accroître les ventes internationales¹, forger des alliances stratégiques et promouvoir le Canada

L'appui que Téléfilm apporte aux entreprises canadiennes dans les marchés et les festivals internationaux a donné d'excellents résultats pour la troisième année consécutive, en contribuant à la hausse des ventes des productions audiovisuelles canadiennes et du financement des projets de coproduction.

Les ventes internationales des produits audiovisuels canadiens ont fait un bond impressionnant de 21 % par rapport à l'année précédente, chaque dollar investi par Téléfilm ayant généré près de 12 dollars d'activités commerciales. Ces ventes aident le Canada à rester compétitif sur la scène internationale et contribuent à promouvoir l'image de marque du Canada dans le monde.

Des initiatives à l'intention des créateurs professionnels du Canada

- En partenariat avec le Réseau de télévision des peuples autochtones, Téléfilm a lancé le programme *Place aux histoires autochtones*, qui a pour objectif d'accroître le nombre de longs métrages produits par des créateurs autochtones, grâce à des ateliers et à une aide au développement adaptés aux besoins spécifiques de cette communauté.
- Téléfilm a renouvelé ses initiatives visant à favoriser le développement professionnel des créateurs issus de communautés de langue officielle en situation minoritaire au Canada.
- Le programme *Du talent à l'écran* a été mis en œuvre pour soutenir le développement professionnel dans toutes les communautés du Canada.
- Téléfilm a renouvelé son partenariat avec le *Groupe de fonds Rogers* pour une période de trois ans (2008-2011) afin de soutenir la production de longs métrages documentaires au Canada.
- Le *Programme fondé sur la performance des festivals* a été lancé pour offrir un financement de base prévisible aux festivals de films canadiens qui atteignent un certain niveau de succès. En plus de contribuer à faire connaître les films canadiens aux auditoires canadiens, ce programme soutient les occasions de développement des affaires.

¹ Les ventes sur les marchés internationaux sont comptabilisées par Pollara Inc. en fonction de l'année civile, soit du 1^{er} janvier au 31 décembre.

3. Un bon administrateur

Des fondements solides pour l'avenir

En 2008-2009, les rôles et responsabilités des membres de l'équipe de la haute direction ont été revus pour tenir compte des réalités de l'environnement multiplateforme. Ce changement structurel permet un meilleur échange de l'information à l'interne et avec nos principaux ayants droits et clients. La modification de la structure organisationnelle permet également de consolider les mesures prises au cours des dernières années pour clarifier, simplifier et améliorer la gestion des programmes administrés par Téléfilm. Les changements effectués permettront de réduire le nombre d'étapes que suit le processus de décision dans la plupart des secteurs, et d'accroître ainsi l'efficacité des processus. Pour l'industrie, ils se traduiront par une plus grande harmonisation des pratiques d'affaires entre les bureaux régionaux.

En consultation avec ses employés, Téléfilm a revu ses valeurs d'entreprise et lancé un nouveau site intranet qui ouvre la voie à des communications stratégiques et opportunes avec les employés.

Une gestion rigoureuse et prudente des fonds publics

En 2008-2009, Téléfilm a démontré sa capacité à s'adapter à un environnement en évolution. Des défis et des possibilités se sont présentés pendant l'année, surtout en ce qui a trait aux renouvellements de notre entente de service avec le Fonds canadien de télévision et de l'accord de contribution avec le ministère du Patrimoine canadien relativement au Fonds des nouveaux médias du Canada. Les deux renouvellements ayant été conclus à la fin de l'exercice 2008-2009.

Téléfilm continue de maintenir un bas ratio des frais de gestion des programmes. Toutes les cibles financières ont été atteintes et les objectifs opérationnels ont été revus pour tenir compte des délais réels dans le financement des projets. Sur le plan financier, les faits saillants sont les suivants :

- Planification budgétaire prudente et gestion responsable des fonds publics :
 - Réinvestissement du budget administratif dans les programmes du long métrage en 2008-2009 : 1,1 million de dollars
 - Dégagement d'une marge de manœuvre financière pour l'exercice 2009-2010 via le financement de charges administratives payées d'avance en 2008-2009 : 1,2 million de dollars
- Respect intégral des cibles budgétaires établies :
 - Fonds du long métrage du Canada : Cible atteinte
 - Fonds des nouveaux médias du Canada : Cible atteinte
 - Budget administratif : Cible atteinte et économies de 1,1 million de dollars réinvesties dans le FLMC
- Amélioration des rapports administratifs qui comprennent maintenant le suivi des montants liés aux bons d'achats.
- Actualisation de la politique sur les voyages, déplacements et frais d'accueil.

MESSAGE DU PRÉSIDENT



Michel Roy





lus d'une année s'est écoulée depuis ma nomination au poste de président du conseil de Téléfilm Canada. Je suis extrêmement fier de représenter cette société d'État qui, à mon avis, est trop peu connue du public canadien,

mais combien appréciée de ses partenaires et clients d'un océan à l'autre.

Téléfilm est l'organisme financier qu'a choisi le gouvernement du Canada pour soutenir l'imaginaire des créateurs canadiens, comme les scénaristes et les réalisateurs, mais aussi les producteurs, les distributeurs, les artistes, les techniciens, les exportateurs, les exploitants de salles, les organisateurs de festivals, bref, tous les artisans de la chaîne qui propulse l'élan créateur vers son public.

Téléfilm administre les programmes de trois fonds principaux d'une valeur combinée de 400 millions de dollars, en chiffres ronds :

- le Fonds du long métrage du Canada;
- le Fonds canadien de télévision;
- le Fonds des nouveaux médias du Canada.

Une gouvernance responsable

L'envergure de ces responsabilités exige une gouvernance exemplaire et puisque celles-ci consistent à gérer des fonds publics et privés, cette gouvernance doit s'appuyer sur des principes empreints d'intégrité, de probité et de transparence. C'est d'ailleurs ce à quoi s'emploie notre conseil d'administration que je qualifierais de « renouvelé » puisque trois de ses six membres – le conseil peut en compter jusqu'à sept – ont été nommés au cours de la dernière année.

La gouvernance de Téléfilm est aujourd'hui entre les mains d'un conseil formé de membres dévoués et hautement qualifiés qui représentent toutes les régions du pays et mettent généreusement à contribution leur vaste expérience et leurs expertises complémentaires pour le développement et l'intérêt supérieur de Téléfilm.

En tant que membres du conseil, nous avons un devoir de surveillance dont nous devons répondre non seulement devant le Parlement – par l'entremise du ministre du Patrimoine canadien – mais également devant l'industrie et tous les Canadiens. Notre rôle est de nous assurer que Téléfilm exécute les tâches que lui dicte son mandat parlementaire, c'est-à-dire favoriser et encourager le développement de l'industrie audiovisuelle au Canada. Nous nous assurons que Téléfilm Canada s'acquitte de cette mission de manière efficace, efficiente et responsable.

La nomination des nouveaux membres nous a permis de créer deux sous-comités du conseil en cours d'année. D'abord, nous avons réactivé le comité de vérification et des finances, inopérant depuis 2004, sous la présidence d'Yvon Bélanger, un comptable agréé de grande expérience. Ce comité a pour mandat de seconder les membres du conseil dans l'approbation de l'information financière de Téléfilm, de ses systèmes de production de rapports, de contrôle interne et de gestion des risques, et de superviser le plan de vérification annuelle et les autres vérifications internes et externes.

Ensuite, nous avons mis sur pied un tout nouveau comité des candidatures, d'évaluation et de la gouvernance, sous la présidence de M^e Grant Machum, un avocat de Halifax spécialisé dans les relations de travail. Comme son nom l'indique, ce comité a pour mandat de seconder le conseil dans les questions relatives à la gouvernance et à la gestion des ressources humaines, y compris les politiques en matière de candidatures, d'évaluation et de rémunération.

Enfin, M^e Elise Orenstein, nommée vice-présidente du conseil, a passé en revue l'évolution des médias numériques interactifs et a fait bénéficier ses collègues de son expertise.

Téléfilm Canada et la transparence

Je suis particulièrement satisfait du déroulement de la première assemblée publique de Téléfilm, qui s'est tenue à la Cinémathèque québécoise à Montréal et a été diffusée sur le Web dans tout le pays.

Cet événement nous a permis de faire connaître les priorités de Téléfilm et ses réalisations de la dernière année au grand public et, par conséquent, de rendre plus transparente la gestion des fonds publics. C'était la première fois que Téléfilm tenait une telle assemblée et l'expérience sera répétée car nous avons l'intention d'entretenir un dialogue honnête, ouvert et continu sur le mandat et les priorités de Téléfilm avec les représentants de l'industrie de même qu'avec les Canadiens dans leur ensemble.

Dans la même veine, j'aimerais remercier et féliciter les groupes de travail du Fonds du long métrage du Canada (FLMC) pour leur participation et leur contribution à la gouvernance du FLMC. Ces groupes, constitués de représentants d'entreprises, de syndicats et de guildes, offrent à Téléfilm un forum précieux et favorisent une prise de décision éclairée.

Les défis

Nous espérons maintenant que ce dialogue nous aidera à relever ensemble les défis qui nous attendent. Il y en a trois auxquels je pense en particulier, trois défis qui sont mutuellement liés et, j'ajouterais, qui sont décisifs pour l'avenir de l'industrie audiovisuelle.

Premièrement, nous devons nous efforcer d'accroître la part de marché des films canadiens au Canada. Année après année, dans le marché de langue anglaise, les productions canadiennes n'arrivent pas à s'appropriier plus d'un à deux pour cent du marché. Et du côté francophone, malgré l'avantage concurrentiel que leur confère la langue et un *star système* bien établi - que la télévision a contribué à développer au cours des trente dernières années - les productions canadiennes luttent pour conserver une part annuelle moyenne de 17 %, contre les productions américaines doublées en français qui s'accaparent encore au-delà de 70 % du marché. Il est évident que le cinéma de nos voisins du sud est envahissant, comme il l'est presque partout ailleurs dans le monde. Pourtant, la qualité de nos œuvres cinématographiques n'a maintenant plus rien à envier à celle des autres pays. Mais la reconnaissance est lente à venir, même ici, au Canada.

Ce n'est cependant pas le moment de baisser les bras et, tout en maintenant un sain équilibre entre la qualité d'une œuvre et son attrait pour un large public, il nous faut absolument trouver des façons de

promouvoir et valoriser les productions canadiennes et ainsi séduire un plus grand nombre de cinéphiles. Le cinéma canadien est trop important, non seulement sur le plan économique mais aussi sur le plan culturel; ses histoires nous font prendre conscience de ce que nous sommes et elles nous permettent de le communiquer au monde entier.

Notre deuxième défi concerne le financement de la production. Il est essentiel de forger de nouvelles alliances avec des partenaires étrangers. Notons à cet égard qu'environ le quart des ressources du Fonds du long métrage du Canada soutient déjà des coproductions. Il s'agit là d'un acquis dont il faut s'inspirer. Mais la coproduction ne représente qu'un volet du développement international et il nous faut maintenant raffiner notre stratégie d'ensemble en vue de consolider notre présence sur la scène internationale. Le conseil en a fait sa plus importante priorité.

Notre troisième défi nous vient de la frénésie avec laquelle la technologie progresse actuellement. L'industrie audiovisuelle évolue dans ce qu'on appelle l'univers multiplateforme, un univers dans lequel un même contenu est diffusé par de multiples moyens. Techniquement, la transition aux méthodes de distribution numériques représente un défi de taille pour nombre des intervenants de l'industrie et nos programmes d'aide financière devront tenir compte de cette nouvelle réalité.

Le cinéma canadien est trop important, non seulement sur le plan économique mais aussi sur le plan culturel; ses histoires nous font prendre conscience de ce que nous

prendre conscience de ce que nous sommes et elles nous permettent de le communiquer au monde entier.

Aide au divertissement numérique – une nouvelle ouverture pour Téléfilm Canada

En publiant son plan d'entreprise quinquennal en 2006, Téléfilm voulait encourager l'industrie audiovisuelle à faire la transition, d'une approche sectorielle en télévision et en cinéma, à une stratégie multiplateforme, en exploitant les possibilités offertes par les nouvelles technologies, les nouvelles échelles de valeur et les nouvelles relations avec les auditoires canadiens.

Or, la mise sur pied du Fonds des médias du Canada contribuera à soutenir la création de contenu canadien sur diverses plateformes de distribution, en s'assurant que la programmation soit disponible non seulement aux heures de grande écoute à la télévision mais aussi sur Internet et sur les appareils portables. Cette décision tient compte de l'univers des médias numériques vers lequel de plus en plus de Canadiens se tournent pour regarder leurs émissions favorites au moment et à l'endroit qui leur plaît.

Le nouveau Fonds est issu de la fusion du Fonds canadien de télévision et du Fonds des nouveaux médias du Canada que Téléfilm administre avec succès depuis respectivement trois et onze ans.

Une équipe de direction restructurée

Dans un tel univers audiovisuel, numérique et mondial, où les auditoires recherchent un contenu distinctif sur des plateformes de distribution

multiples et où les entreprises doivent réagir instantanément pour saisir les occasions qui se présentent, Téléfilm se doit d'avoir une équipe de direction visionnaire qui soit en phase avec les nouvelles tendances et qui puisse réagir rapidement, avec souplesse et flexibilité, au moindre signe de l'évolution des besoins.

À cette fin, Téléfilm a modifié en profondeur la structure organisationnelle de sa haute direction cette année. La nouvelle structure rapproche le directeur général des opérations, en éliminant un palier complet de décisions sous sa responsabilité immédiate et élargit l'assemblée de son comité de direction. Ces changements, qui auront également pour mérite de faciliter l'échange d'information au sein de Téléfilm, ainsi que ses rapports avec le ministère du Patrimoine canadien et sa clientèle de l'industrie, ont été élaborés dans la plus parfaite harmonie entre le conseil d'administration et la haute direction.

L'année à venir – Déterminer l'orientation stratégique de Téléfilm Canada

L'énoncé de mission et les valeurs doivent servir de référence fondamentale dans l'établissement des orientations stratégiques d'une entreprise. Les définir est une étape essentielle dans le processus de gestion. Cela peut paraître simple au premier regard et les réponses peuvent sembler évidentes. En réalité, ces questions sont presque toujours difficiles à résoudre et ce n'est le plus souvent qu'au prix d'une analyse méthodique et minutieuse qu'un consensus peut être atteint.

Alors que le plan d'entreprise quinquennal de Téléfilm entre dans sa quatrième année, une de nos priorités pour l'exercice 2009-2010 sera d'élaborer le prochain plan quinquennal. Mais, il faudra d'abord avoir l'assurance de partager une vision commune de la raison d'être de Téléfilm.

En conclusion

J'aimerais remercier mes collègues du conseil d'administration pour leur générosité, leur empressement et leur dévouement désintéressé. Et je remercie les employés de Téléfilm pour leur compétence et leur enthousiasme contagieux. Ces efforts, j'en ai la conviction profonde, contribuent à la viabilité croissante de l'industrie audiovisuelle canadienne.

Finalement, j'aimerais rendre hommage aux nombreux créateurs canadiens qui se sont distingués en 2008-2009 grâce à des productions qui ont fait notre fierté, chez nous comme à l'étranger.



Michel Roy
Président



1.

2.

3.

4.

5.

6.

LES MEMBRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

TÉLÉFILM CANADA / RAPPORT ANNUEL 2008-2009 — LES MEMBRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

1. MICHEL ROY

Président du conseil d'administration
Bolton-Ouest – Québec

Nomination en vigueur le 12 octobre 2007

Administrateur et créateur, Michel Roy a fait carrière dans la fonction publique et dans le secteur privé, ce qui l'a amené à travailler à Québec, Montréal, Chicago et Miami. Il a œuvré en production télévisuelle dans les années 1960 et monté plus de 60 émissions pour Radio-Canada. Il a ensuite fait carrière dans la fonction publique québécoise, occupant notamment les postes de sous-ministre du Tourisme, de sous-ministre des Communications et de délégué du Québec à Chicago pour douze états du Mid-Ouest. Par la suite, il a été consultant en gestion dans le secteur privé. À titre de compositeur et musicien, il a produit deux albums de jazz. Il est également l'auteur de la biographie du hockeyeur Patrick Roy, intitulée *Le Guerrier*, traduite en anglais sous le titre *Patrick Roy – Winning. Nothing Else*. M. Roy est titulaire d'une maîtrise en administration publique.

2. ELISE ORENSTEIN

Vice-présidente du conseil d'administration
Toronto – Ontario

Nomination en vigueur le 19 décembre 2006

Elise Orenstein est avocate et vit à Toronto. Elle détient un baccalauréat en arts de l'Université McGill, une maîtrise en philosophie de l'Université d'Oxford et un baccalauréat en droit de la *Osgoode Hall Law School*. Elle est membre du barreau de l'Ontario depuis 1983, fut associée principale au sein de deux importantes firmes d'avocat de Toronto et pratique aujourd'hui le droit de façon indépendante. M^e Orenstein a travaillé dans le droit des affaires et le droit commercial et est spécialisée dans les questions relatives à la propriété intellectuelle. Elle a représenté des organisations tant privées que publiques œuvrant dans divers secteurs, notamment dans l'industrie des médias convergents, la gestion des connaissances et le divertissement. M^e Orenstein fut membre du conseil d'administration de plusieurs entreprises privées et a également enseigné le droit à l'Université York. À titre bénévole elle a fait partie du conseil de divers organismes artistiques et a été présidente de l'*Artists' Health Centre Foundation*. En plus de pratiquer le droit de façon indépendante, elle siège actuellement aux commissions consultatives de l'*Artists' Health Centre Foundation* et du *Dancer Transition Resource Centre*.

3. YVON BÉLANGER

Président du comité de vérification et des finances
Québec – Québec

Nomination en vigueur le 11 avril 2008

Aujourd'hui à la retraite, M. Bélanger est comptable agréé. Au cours de sa carrière, il a été à l'emploi d'importantes firmes de comptabilité, notamment de la firme Mallette pendant plus de 25 ans. À titre d'associé en certification, M. Bélanger a été responsable de nombreux mandats de grande envergure qui lui ont permis d'acquérir une expérience appréciable en ce qui a trait aux problématiques de normalisation et de présentation des états financiers. M. Bélanger est membre de l'Ordre des comptables agréés du Québec et membre de la Chambre de commerce du Québec. Il réside aujourd'hui à Québec, et ses loisirs incluent le tennis, les activités de chasse et pêche, ainsi que le ski et le cyclisme.

4. G. GRANT MACHUM

Président du comité des candidatures,
d'évaluation et de la gouvernance
Halifax – Nouvelle-Écosse

Nomination en vigueur le 9 mai 2008

Avocat de formation, M^e Machum est associé au sein du cabinet Stewart McKelvey. Il se spécialise en contentieux lié au travail, en arbitrage, en droits de la personne et en relations de travail. Outre ses nombreuses affiliations professionnelles, M^e Machum siège au conseil d'administration de nombreux organismes, y compris l'*Atlantic Theatre Festival*, *Prescott Group*, *Royal Nova Scotia Yacht Squadron* et du Comité de direction de son cabinet. M^e Machum est membre à vie de la *Nova Scotia Art Gallery*. Marié et père de quatre enfants, M^e Machum est aussi un navigateur passionné et chevronné.

5. MARLIE ODEN

Membre
Vancouver – Colombie-Britannique

Nomination en vigueur le 30 juillet 2008

Originaire d'Edmonton, en Alberta, Marlie Oden est maintenant associée directrice générale chez Bridge Communications situé à Vancouver, en Colombie-Britannique. Son entreprise se spécialise dans la mise en marché, la planification stratégique, les relations publiques et la publicité. Elle a occupé pendant de nombreuses années des postes de haute direction dans de grandes agences de publicité canadiennes. Très active au sein de la communauté culturelle, Mme Oden a siégé aux conseils d'administration de l'*Arts Club Theatre*, du *Vancouver Jewish Film Festival*, du *Fringe Festival*, du *Stanley Theatre* et du *Vancouver TheatreSports*. Elle a reçu en 2007 le *Patron of the Arts Award*.

6. TOM PERLMUTTER

Membre d'office
Commissaire du gouvernement à la cinématographie
et président de l'Office national du film du Canada
Montréal – Québec

Nomination en vigueur le 11 juin 2007

Tout au long de sa carrière, que ce soit à titre d'auteur, de réalisateur et de producteur, Tom Perlmutter a été un ardent défenseur d'un cinéma indépendant, différent et socialement engagé. Avant de se joindre à l'ONF en 2001 à titre de directeur général du programme anglais, M. Perlmutter a mené une carrière prestigieuse au sein de l'industrie du cinéma canadien comme chef fondateur de la section documentaire de *Barna-Alper Productions*, et associé de *Primitive Entertainment*. M. Perlmutter a précédemment travaillé en association avec John Walker, l'un des plus célèbres documentaristes au Canada, à un grand nombre de documentaires primés. Il a aussi occupé les postes de directeur du développement créatif chez *CineNova Productions*, et de directeur général de l'Alliance pour l'enfant et la télévision de 1993 à 1995. Auteur et journaliste, il a signé de nombreux articles et publications.

MESSAGE DU DIRECTEUR GÉNÉRAL



S. Wayne Clarkson

A

lors que Téléfilm Canada entreprend l'avant-dernière année de son Plan d'entreprise quinquennal, *Du cinéma au téléphone cellulaire : Téléfilm Canada et le défi de l'environnement multiplateforme*, c'est avec une immense fierté que je passe en revue les faits saillants d'une année riche en événements.

Des défis et des réussites pour le contenu canadien

Le long métrage

En 2008, le marché canadien a connu des résultats mitigés en matière de recettes-guichet¹. Au total, les recettes sont passées de 857,4 millions de dollars en 2007 à 919,6 millions de dollars, ce qui prouve que les Canadiens continuent d'aller au cinéma. Par contre, les films canadiens ont vu leurs recettes-guichet diminuer pour une troisième année consécutive, et terminé l'année avec une part de marché de seulement 2,9 %.

¹ Les recettes-guichet sont comptabilisées par MPTAC en fonction de l'année civile, soit du 1^{er} janvier au 31 décembre. Les recettes des films qui ont été à l'affiche dans plus d'une année civile sont attribuées à l'année durant laquelle elles ont été accumulées.

Les films canadiens ont généré des recettes de 26,3 millions de dollars et on a pu constater qu'il y avait, parmi les dix films ayant connu le plus de succès aux guichets, un heureux mélange de nouvelles idées et de suites de films à succès. En 2008, le film *Passchendaele* de Paul Gross, une épopée de la Première Guerre mondiale, a été le favori en termes de recettes-guichet, suivi par *Cruising Bar 2*, *Babine* et *Dans une galaxie près de chez vous 2*. Avec ses 4,4 millions de dollars de recettes-guichet, *Passchendaele* a été le film canadien ayant connu le plus de succès commercial de la dernière année.

Deux longs métrages canadiens ont été invités à la prestigieuse sélection officielle du festival de Cannes : *Adoration* d'Atom Egoyan et *Blindness* de Fernando Meirelles, une coproduction entre le Canada, le Brésil et le Japon inspirée du célèbre roman de José Saramago, qui a été sélectionnée pour ouvrir officiellement le festival. *Adoration* a remporté le prix du Jury œcuménique. *C'est pas moi, je le jure!* de Philippe Falardeau a remporté deux prix au Festival du film de Berlin pour son originalité, son humour et une histoire profondément émouvante.

Le contenu canadien sur d'autres plateformes

Encore une fois, les producteurs canadiens ont été des chefs de file mondiaux dans le développement d'un contenu numérique innovateur couvrant un large éventail de produits et de services offerts partout au pays. *This is Daniel Cook* a atteint le nombre impressionnant de 1,7 million de visionnements de page par mois, tandis que *Cornemuse* a franchi la barre du million de visionnements de page par mois.

L'aide financière accordée par Téléfilm dans ce secteur a donné des résultats substantiels, y compris dans le cas de *N+*, un jeu d'action cérébral décrit comme le grand succès indépendant de l'année, avec plus de 100 000 téléchargements sur Xbox Live Arcade. C'est le cas également de *Jungle Speed*, un jeu de cartes qui est devenu un des téléchargements de WiiWare pour joueurs multiples les plus appréciés; d'*Akoha* qui a été sélectionné pour un prix Crunchie dans la catégorie « le plus susceptible de rendre le monde meilleur »; et de *Braincells*, un jeu électronique innovateur développé pour sensibiliser les élèves à la cyberintimidation et au piratage des téléphones cellulaires. Plus récemment, deux mois après le début de l'accès en ligne, *Braincells* avait déjà été essayé par 2 600 enseignants dans 25 pays. Ces exemples sont révélateurs de l'immense talent des concepteurs de jeux au Canada.

J'aimerais souligner également la réussite commerciale de *MindHabits Trainer*, le jeu qui a remporté Le Grand concours du jeu vidéo canadien de Téléfilm en septembre 2007. Depuis le lancement du jeu, la société montréalaise MindHabits a conclu des ententes de distribution pour l'Amérique du Nord, l'Amérique du Sud, l'Europe, l'Australie, la Nouvelle-Zélande et la Russie. Cette société figure parmi les 25 meilleures entreprises canadiennes à surveiller, une véritable réussite.

Travailler avec l'industrie pour une croissance à long terme

La transition à l'ère de la création numérique

En matière d'activité économique, les productions cinématographiques, télévisuelles et numériques interactives représentent environ 10 milliards de dollars par année, et quelque 178 600 emplois¹. Voilà des statistiques impressionnantes qui démontrent l'importance de l'industrie audiovisuelle et numérique pour l'économie canadienne.

Le Canada continue d'évoluer rapidement vers une économie du savoir. Il est plus opportun que jamais d'investir dans les industries créatives, pendant que les gouvernements tentent de s'adapter à la société postindustrielle. Téléfilm a pour sa part élargi son entente de service avec le Fonds canadien de télévision afin d'y inclure l'administration du programme pilote de 2 millions de dollars pour les médias numériques, destiné à renforcer la présence canadienne dans les nouveaux médias.

Les technologies numériques transforment le paysage des industries créatives et du cinéma en particulier. Ces changements offrent des occasions importantes d'améliorer l'accès du public à un éventail de films beaucoup plus vaste et diversifié. Téléfilm a un rôle crucial à jouer dans la transition du long métrage à l'ère de la création numérique et dans le soutien apporté au développement des talents et des activités dans tous les secteurs.

Le long métrage sur les plateformes télévisuelles

Partout dans le monde, on reconnaît de plus en plus l'importance des plateformes autres que les salles de cinéma pour la conduite des politiques cinématographiques nationales. Bien qu'elles soient importantes, les données sur les recettes-guichet ne peuvent plus être considérées comme le seul ni même le meilleur outil de mesure de la popularité de nos films. Compte tenu de cette nouvelle réalité, Téléfilm, en collaboration avec les groupes de travail des marchés anglophone et francophone du FLMC, a commandé une étude intitulée « *Soutien des longs métrages canadiens par les radiodiffuseurs – Augmenter les auditoires grâce aux plateformes télévisuelles* ». Cette étude guidera l'industrie dans l'élaboration de ses futures stratégies et contribuera à la réalisation des objectifs de la Politique canadienne du long métrage.

¹ Source – Profil 2008 de l'ACPFT (les budgets de production en film et télévision équivalent à 5 milliards de dollars) et Profil 2006 de l'Alliance interactive canadienne (les revenus des compagnies canadiennes équivalent à 5 milliards de dollars)

Le Canada continue d'évoluer rapidement vers une économie du savoir. Il est plus opportun que jamais d'investir dans les industries

d'investir dans les industries créatives, pendant que les gouvernements tentent de s'adapter à la société postindustrielle.

Sur la scène internationale

Avec l'aide de ses partenaires des organismes provinciaux, Téléfilm a continué en 2008¹ de soutenir efficacement le potentiel de développement des entreprises canadiennes. Le MIPTV a enregistré plus de 5,2 millions de dollars de ventes conclues en 2008, soit près du double de l'année précédente. Le marché de Hong-Kong a été ajouté à notre liste de marchés cette année et s'est traduit, pour les entreprises inscrites au Pavillon du Canada, par la conclusion de plus d'un million de dollars de ventes. En 2008, les ventes totales conclues et les ententes de prévente ont atteint près de 14 millions de dollars. Les négociations en cours et celles qui se tiennent durant les marchés ont généré un montant supplémentaire de 71 millions de dollars de contrats de ventes probables. Le total de 85 millions de dollars (pour les ventes conclues et les ententes en cours de négociation) représente une hausse par rapport aux 70 millions de dollars de l'an dernier (une augmentation de 21 %). C'est la troisième année consécutive que les ventes affichent une croissance substantielle.

Des partenariats à tous les niveaux

C'est avec fierté que Téléfilm a lancé le programme *Place aux histoires autochtones* en 2008-2009, en collaboration avec le Réseau de télévision des peuples autochtones. Cette initiative d'une durée de trois ans, dans laquelle Téléfilm octroiera 1,2 million de dollars de financement, est une indication claire de l'importance que Téléfilm accorde à la promotion d'une diversité des voix dans les projets financés par le FLMC.

De plus, Téléfilm a renouvelé son partenariat avec le Groupe de fonds Rogers pour une période de trois ans (2008-2011) afin de stimuler la production de longs métrages documentaires. L'appétit des auditoires canadiens pour les longs métrages documentaires ne se dément pas, comme en témoignent le succès remporté par des titres tels que *Le Dernier continent*, *Manufacturing Landscapes* et *Les Voleurs d'enfance*, et les critiques dithyrambiques qui ont accueilli la sortie de productions comme *Saving Luna* et *Voyage au bout de la torture*.

Préparer le terrain pour l'avenir

Téléfilm évolue avec l'industrie afin de mieux soutenir les créateurs de contenu canadien, quelle que soit la plateforme qu'ils choisissent pour raconter leurs histoires. Nous soutenons la création de contenu canadien qui interpelle et divertit les auditoires d'ici et d'ailleurs. Ce faisant, nous nous engageons à soutenir une diversité de voix, à développer les talents et à favoriser la collaboration créatrice et la réussite financière.

Nous avons annoncé récemment une restructuration de l'équipe de direction de Téléfilm Canada. Cette restructuration consolide les efforts déployés par Téléfilm pour clarifier, simplifier et améliorer son administration. Elle garantira une synergie renouvelée entre les décideurs de première ligne à Téléfilm, en réduisant le nombre d'étapes dans le processus décisionnel de tous les secteurs et en améliorant, de ce fait, l'efficacité générale de l'organisation.

1 Les ventes sur les marchés internationaux sont comptabilisées par Pollara Inc. en fonction de l'année civile, soit du 1^{er} janvier au 31 décembre.

Téléfilm s'engage à améliorer les services qu'elle offre à l'industrie. À cet effet, Téléfilm utilise divers mécanismes de consultation, tels que les groupes de travail du FLMC et le Comité consultatif sur les initiatives internationales, et entretient ainsi un dialogue fructueux avec l'industrie pour relever les défis d'envergure. Ces consultations prendront encore plus d'importance dans l'année qui vient lorsque Téléfilm entreprendra la deuxième phase du sondage auprès de ses clients.

Nos priorités pour 2009-2010 se concentrent sur nos interlocuteurs et nos employés :

- mener un sondage national auprès de nos clients et autres interlocuteurs en vue d'obtenir leurs commentaires sur nos programmes et nos services et de nourrir l'élaboration de notre prochain plan d'entreprise quinquennal;
- continuer d'offrir un excellent service à nos clients et partenaires des secteurs de la télévision et des médias interactifs en assurant une transition harmonieuse vers le nouveau Fonds des médias du Canada en avril 2010;
- accroître les activités de coproduction et l'exploitation des marchés émergents ainsi que le développement de nouvelles initiatives destinées à augmenter l'accès aux films canadiens sur des plateformes multiples;
- répondre aux exigences du vérificateur général dans le cadre de la vérification spéciale de Téléfilm;
- procéder à la mise en œuvre de notre plan directeur des ressources humaines.

En conclusion

Rien n'aurait été possible sans la direction et l'engagement des membres du conseil d'administration et le dévouement et la passion du personnel de Téléfilm Canada. Je tiens à leur exprimer ma profonde admiration et mes sincères remerciements.

J'aimerais souligner l'aide généreuse apportée par le secteur du long métrage grâce aux groupes de travail du FLMC. J'exprime aussi toute ma gratitude au ministère du Patrimoine canadien et à tous nos partenaires gouvernementaux pour leur engagement à soutenir les efforts que nous déployons pour remplir le mandat qui nous a été confié.



S. Wayne Clarkson
Directeur général

L'ÉQUIPE DE DIRECTION



MICHEL ROY
Président



S. WAYNE CLARKSON
Directeur général



DENISE ARAB
Directrice – Communications



CAROLLE BRABANT
Directrice – Administration et Services d'entreprise



SHEILA DE LA VARENNE
Directrice – Développement des affaires nationales et internationales



DAVE FORGET
Directeur – Contrats et certification



ELIZABETH FRIESEN
Directrice – Planification stratégique et développement de projets



JEAN-CLAUDE MAHÉ
Directeur – Affaires publiques et gouvernementales



MICHEL PRADIER
Directeur – Financement des projets

RAPPORT SUR LES RÉALISATIONS
OBJECTIF

UN

ACCROÎTRE
LES AUDITOIRES

Objectifs stratégiques

Indicateurs de rendement

Cibles

Résultats pour 2008-2009

Longs métrages

Un plus grand nombre de Canadiens ont le plaisir de voir des films canadiens

Part de marché pour les recettes-guichet canadiennes

Atteindre une part de marché d'au moins 5 % pour les recettes-guichet canadiennes

Des recettes-guichet de 26,3 millions de dollars, en baisse par rapport aux 28,1 millions de dollars de l'année précédente, soit 2,9 %, par rapport à 3,3 % l'an dernier

Médias interactifs

Un plus grand nombre de Canadiens vivent des expériences culturelles canadiennes sur internet et par l'entremise de plateformes numériques hors ligne.

Nombre de visiteurs uniques et de visionnements de page pour les produits en ligne; ventes et revenus des produits hors ligne

Établir des données de base pour les auditoires en ligne, déterminer l'approche appropriée et la méthodologie à suivre pour mesurer les auditoires

Pour l'ensemble des projets en ligne de Téléfilm, la moyenne des visionnements de page atteint 4,4 millions; en baisse par rapport à 5,5 millions l'an dernier

Éventail diversifié de projets

Financer un éventail diversifié de projets

Diversification selon le genre, l'ampleur du budget, la langue, la région et la diversité culturelle du contenu

Établir des données de base pour la diversification des projets. Augmenter le nombre de genres représentés dans la production.

La diversité des genres dans la production anglaise augmente d'année en année. La production francophone devient moins diversifiée

Festivals et prix

Les produits culturels canadiens font l'objet d'une promotion auprès des auditoires du Canada et à l'étranger

Prix remportés lors des principaux festivals canadiens et internationaux

Maintenir ou augmenter le nombre actuel de prix remportés

Les projets soutenus par Téléfilm ont remporté 119 prix, ce qui est comparable aux résultats de l'année dernière

A LE LONG MÉTRAGE AU CANADA

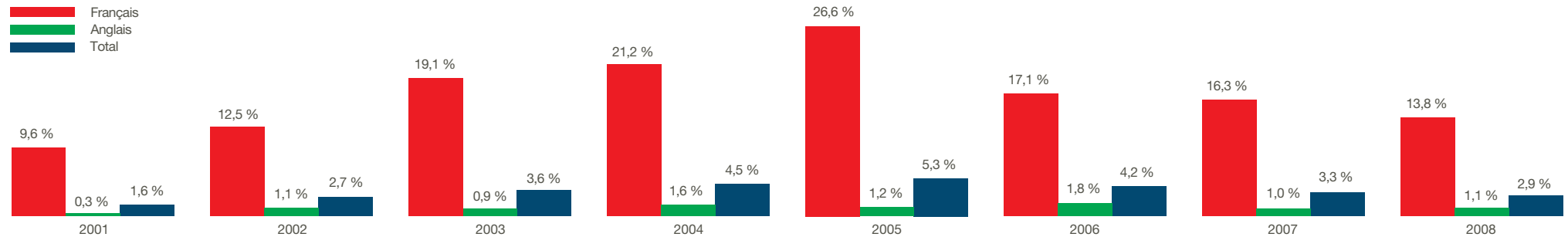
Le volume total des recettes-guichet au Canada en 2008¹ a dépassé de près de 60 millions de dollars celui de l'année précédente. Cette croissance reflète la résilience des recettes-guichet même en période de récession économique. La sortie au cinéma reste une forme de divertissement abordable et accessible, aimé des Canadiens.

L'année 2008 a été marquée, comme la précédente, par les productions à budget élevé des grands studios hollywoodiens, dont bon nombre reposent sur des franchises bien établies. Par ailleurs, les films indépendants, avec l'aide de deux énormes succès, *Mamma Mia!* et *Juno*, semblent avoir rattrapé le terrain perdu l'année précédente.

Dans ce marché extrêmement concurrentiel, le cinéma canadien a généré des revenus de 26,3 millions de dollars, soit environ 2 millions de dollars de moins que l'an dernier.

Évolution des parts de marché des films canadiens depuis 2001

■ Français
■ Anglais
■ Total



Source : MPTAC

Recettes-guichet annuelles par marché linguistique

2008 (en dollars)	Français	Anglais	Total
Recettes de l'ensemble du marché	125 874 669	793 694 939	919 569 608
Recettes des produits indépendants	32 971 581	100 888 173	133 859 754
Recettes des produits canadiens	17 366 978	8 897 328	26 264 306
Part de marché	13,8 %	1,1 %	2,9 %

Source : MPTAC

Comparatif des recettes-guichet annuelles

(en dollars)	2007	2008
Recettes de l'ensemble du marché	857 386 571	919 569 608
Recettes des produits indépendants	89 549 758	133 859 754
Recettes des produits canadiens	28 115 852	26 264 306
Part de marché	3,3 %	2,9 %

Source : MPTAC

¹ Les recettes-guichet sont fournies et comptabilisées par MPTAC en fonction de l'année civile, soit du 1^{er} janvier au 31 décembre. Les recettes des films qui ont gardé l'affiche pendant plus d'une année civile sont comptabilisées selon l'année au cours de laquelle elles ont été accumulées.

Accroître la capacité de création dans le secteur du film

Les recettes-guichet canadiennes des dix meilleurs films ont totalisé 235 millions de dollars. Parmi ces dix films, trois n'étaient pas des suites de films antérieurs ou basés sur des marques déjà bien établies (bandes dessinées, jeux, comédies de situation télévisées, etc.).

Les 10 films les plus lucratifs — de toutes provenances

Titre	Marque	Recettes en 2008 (en dollars)	
THE DARK KNIGHT	Suite/franchise établie	50 756 291	
INDIANA JONES AND THE KINGDOM	Suite/franchise établie	28 276 851	
IRON MAN	Suite/franchise établie	26 551 175	
QUANTUM OF SOLACE	Suite/franchise établie	22 467 164	
HANCOCK	Concept indépendant	18 904 392	
MAMMA MIA!	Suite/franchise établie	18 683 718	
WALL-E	Concept indépendant	17 633 500	
SEX AND THE CITY	Suite/franchise établie	17 589 054	
KUNG FU PANDA	Concept indépendant	17 258 012	
TWILIGHT	Suite/franchise établie	17 197 800	
Films basés sur un concept indépendant		53 795 904	22,9 %
Films basés sur une franchise		181 522 053	77,1 %

Les 10 films canadiens les plus lucratifs

Titre	Marque	Recettes en 2008 (en dollars)	
PASSCHENDAELE	Concept indépendant	4 430 870	
CRUISING BAR 2	Suite/franchise établie	3 467 136	
BABINE	Concept indépendant	2 234 641	
DANS UNE GALAXIE PRÈS DE CHEZ VOUS 2	Suite/franchise établie	1 931 546	
BORDERLINE	Concept indépendant	1 290 569	
LE DERNIER CONTINENT	Concept indépendant	889 447	
LA LIGNE BRISÉE	Concept indépendant	888 440	
LE GRAND DÉPART	Concept indépendant	875 831	
UN ÉTÉ SANS POINT NI COUP SUR	Concept indépendant	820 404	
BLINDNESS	Concept indépendant	735 494	
Films basés sur un concept indépendant		12 165 696	69,3 %
Films basés sur une franchise		5 398 682	30,7 %

Succès de 2008 dans le domaine du long métrage

L'année 2008 a été marquée par quelques faits notoires qui pourraient être de bon augure pour l'année 2009. L'épopée de guerre *Passchendaele*, sortie en 2008, s'est attirée les louanges de la critique et a réalisé des recettes-guichet impressionnantes de 4,4 millions de dollars. Ce film canadien, qui raconte une histoire purement canadienne, s'est classé troisième parmi les meilleurs films indépendants. En fait, 2008 a été une année particulièrement fructueuse pour les films indépendants, notamment à cause de la comédie musicale *Mamma Mia!*, qui réunissait de nombreuses vedettes, et du succès surprise remporté par le film *Juno*.

Les 15 films indépendants les plus lucratifs

Titre	Pays d'origine	Recettes en 2008 (en dollars)
MAMMA MIA!	É.-U.	18 683 718
JUNO	É.-U.	13 429 811
PASSCHENDAELE	Canada	4 430 870
ATONEMENT	R.-U.—É.-U.	4 122 578
RIGHTEOUS KILL	É.-U.	3 928 230
NEVER BACK DOWN	É.-U.	3 489 076
CRUISING BAR 2	Canada	3 467 136
THE BANK JOB	R.-U.	3 226 876
TRANSPORTER 3	France	2 835 806
STREET KINGS	É.-U.	2 458 742
MY BEST FRIENDS GIRL	É.-U.	2 444 907
BABINE	Canada	2 234 641
THE EYE	Hong Kong	2 107 164
BANGKOK DANGEROUS	É.-U.	1 950 680
DANS UNE GALAXIE PRÈS DE CHEZ VOUS 2	Canada	1 931 546
% de l'ensemble des films classés parmi les 15 films les plus lucratifs		52,8 %
Part de marché des films canadiens classés parmi les 15 films indépendants les plus lucratifs		17,1 %

Source : MPTAC

Passchendaele

Avec en toile de fond la Première Guerre mondiale, Passchendaele raconte l'histoire de Michael Dunne, un soldat canadien qui a tout sacrifié pour son pays, l'honneur et l'amour d'une femme. Paul Gross a écrit et réalisé ce film, qui est basé sur la véritable expérience de son grand-père. Passchendaele a coûté 20 millions de dollars : un petit budget selon les normes d'Hollywood, mais un budget de taille pour un film canadien de langue anglaise. Téléfilm a fourni le cinquième du budget par l'entremise du Fonds du long métrage du Canada.

Passchendaele a ouvert le 33^e Festival international du film de Toronto en septembre 2008. Piers Handling, président-directeur général du festival, a déclaré : « Il est rare que les Canadiens voient leur histoire racontée à l'écran, particulièrement au grand écran ». Le film a également été présenté en projection privée aux troupes canadiennes stationnées à Kandahar, en Afghanistan, en octobre 2008, avant sa sortie en salles plusieurs semaines plus tard. Durant sa première fin de semaine en salles, Passchendaele a généré des recettes de 847 522 de dollars sur 202 écrans au Canada.

Passchendaele a remporté cinq des six prix Génie pour lesquels il était en nomination, ainsi qu'une Bobine d'or, et il a généré 4,4 millions de dollars de recettes-guichet en 2008. Ce film canadien a généré à lui seul la moitié des recettes-guichet canadiennes totales du marché de langue anglaise en 2008.

Image tirée de : *Passchendaele* (photographie-Farah Nosh)



Analyse du marché de langue française

En 2008, les recettes-guichet des films canadiens en version française ont encore diminué. Durant les huit dernières années, les films canadiens de langue française ont obtenu en moyenne une part de marché de 17 % et ont atteint une part de marché d'au moins 20 % à deux reprises dont un sommet de 26,6 % atteint en 2005. Toutefois, la part de marché des films canadiens de langue française s'est érodée de presque la moitié durant les trois dernières années, et les résultats de 2008 affichent un décevant 13,8 %.

L'érosion de la part de marché suit le déclin du nombre de films de langue française qui sortent en salles. En 2008, seulement 12 films soutenus en langue française dans le programme principal du FLMC sont sortis en salles, le plus faible total depuis la création du FLMC¹. Cette baisse est le résultat combiné d'un plus faible nombre de films de langue française soutenus au courant des dernières années et de certaines difficultés dans le marché de la distribution. Par contre, lorsqu'on examine la part de marché des films canadiens de langue française en fonction du nombre de films qui sont sortis en salles, on constate que la performance moyenne n'a pas diminué autant que le suggère la part de marché. C'est donc que la demande est encore forte et qu'une augmentation du nombre de films de langue française se traduirait probablement par une augmentation des recettes-guichet.

Quatre des douze films canadiens de langue française sortis cette année ont dépassé le million de dollars en recettes-guichet; un taux de réussite impressionnant si l'on considère qu'au total seulement 33 films (incluant les films des studios américains) ont franchi la barre du million de dollars dans le marché francophone, sur près de 300 nouveaux films.

En février 2007, le gouvernement du Québec a injecté 10 millions de dollars dans le financement de longs métrages de langue française, entraînant ainsi une augmentation du financement disponible et par conséquent du nombre de films de langue française qui ont été produits. En 2008-2009, Téléfilm a soutenu la production de 21 films de langue française; un record de tous les temps depuis la création du FLMC en 2001. L'année qui vient laisse entrevoir une augmentation du nombre de titres et permet d'anticiper avec optimisme un renversement de la tendance à la baisse.

La capacité de puiser dans les marques et les franchises établies est une force importante de la structure commerciale des studios d'Hollywood. Le marché de langue française a démontré que les marques ou franchises canadiennes peuvent aussi être porteuses de succès. La franchise la plus notoire du cinéma de langue française, *Les Boys*, existe depuis de nombreuses années. En 2008, les films *Cruising Bar 2* et *Dans une galaxie près de chez vous 2* ont été les films soutenus par Téléfilm qui ont connu le plus de succès; ils ont obtenu respectivement des recettes de 3,5 millions de dollars et 1,9 million de dollars. *Dans une galaxie près de chez vous 2* est issu d'une série télévisée très populaire.

Analyse du marché de langue anglaise

En 2008, les films canadiens ont obtenu une part de 1,1 % du marché de langue anglaise, une augmentation modeste par rapport au 1,0 % de 2007.

En 2008, le grand événement qui a marqué le marché de langue anglaise a été la sortie du film *Passchendaele*. La réussite de ce film démontre bien l'importance des titres « à succès » dans ce marché. Comme l'a démontré également le film *Away From Her* sorti en 2007, les recettes-guichet du marché de langue anglaise sont souvent attribuables à un ou deux titres forts. Cet immense succès est dû en partie à l'importante campagne de publicité qui a commencé un an avant la sortie du film; une pratique exemplaire qui a contribué au succès du film en salles.

Blindness est arrivé au deuxième rang au chapitre des recettes-guichet, avec plus de 700 000 dollars de recettes. Le film, écrit par le Canadien Don McKellar à partir d'un roman de Jose Saramago, lauréat d'un prix Nobel, est une coproduction majoritairement canadienne réalisée avec le Brésil et le Japon. Le film a généré des recettes d'environ 20 millions de dollars US dans le monde et Téléfilm a récupéré 90 % de son financement l'année où le film est sorti. Ces revenus permettront de financer de futurs films canadiens.

1 Le plus haut total de films sortis en salle en langue française fut de 22 en 2004.



Image tirée de :
Amal, The Stone Angel, Ce qu'il faut pour vivre et Passchendaele (photographie—Farah Nosh)

B.

LE CONTENU CANADIEN SUR LES AUTRES PLATEFORMES

Le contenu canadien en ligne

Téléfilm mesure les audiences des projets en ligne qu'elle finance par l'entremise du Fonds des nouveaux médias du Canada depuis 2005-2006. Depuis trois ans, elle suit le nombre de visiteurs des sites indépendants aussi bien que des sites convergents liés au contenu d'autres médias, comme la télévision et le cinéma. Aucune norme de l'industrie n'a été établie concernant la mesure des audiences en ligne, et le suivi des projets peut se révéler hasardeux. Cependant, après plusieurs années de collecte de données, Téléfilm est en mesure d'affirmer que les produits numériques interactifs qu'elle finance attirent des audiences substantielles en ligne.

Pour l'ensemble de l'année civile 2008

	Visionnements de pages	Visites	Moyenne de visionnements par visite	Visiteurs uniques	Nombre de projets
Total des projets de langue anglaise	31 730 388	4 593 750	6,91	2 770 045	12
Total des projets de langue française	21 633 814	1 487 656	14,54	739 623	11
Total	53 364 202	6 081 406	8,77	3 509 668	23

Source : Données sur les audiences en ligne recueillies par Phase 5

Moyenne par mois – tous les projets – année civile 2008

	Visionnements de pages	Visites	Moyenne de visionnements par visite	Visiteurs uniques	Nombre de projets
Projets de langue anglaise	2 644 199	382 813	6,91	230 837	12
Projets de langue française	1 802 818	123 971	14,54	61 635	11
Total	4 447 017	506 784	8,77	292 472	23

Source : Données sur les audiences en ligne recueillies par Phase 5



En 2008, les projets en ligne financés par Téléfilm ont cumulé au total 53 millions de visionnements de page et 6,1 millions de visiteurs, dont 3,5 millions de visiteurs uniques. Le nombre de visiteurs, qui s'approche de 4 millions, fait plaisir à voir compte tenu des budgets moins élevés¹ avec lesquels les producteurs doivent travailler; cet auditoire illustre le rendement considérable du financement octroyé et témoigne du pouvoir des médias en ligne.

¹ Le budget de production moyen d'un projet en ligne est de 250 000 de dollars comparativement à 5 millions de dollars pour un long métrage.

Il est difficile de dégager une tendance générale puisque le nombre des projets qui sont suivis varie d'une année à l'autre. On analyse plutôt la performance moyenne de chaque projet sur une période d'un an. Malgré des chiffres impressionnants dans l'ensemble, les nombres moyens de visionnements de page et de visiteurs par mois sont en baisse par rapport à l'an dernier. En 2007, le nombre moyen de visionnements de page atteignait 5,5 millions par mois, comparativement à 4,4 millions en 2008, et le nombre de visites est passé de 723 000 à 507 000 par mois.

Par projet, le nombre moyen de visiteurs dépasse 22 000 (comparativement à 30 000 en 2007), et on compte près de 13 000 visiteurs uniques (au lieu de 18 000 l'an dernier).

Moyenne par mois – projet moyen de Téléfilm – année civile 2008

	Visionnements de pages	Visites	Visiteurs uniques
Projets de langue anglaise	220 350	31 901	19 236
Projets de langue française	163 893	11 270	5 603
Tous les projets	193 349	22 034	12 716

Source : Données sur les auditoires en ligne recueillies par Phase 5

Les données de 2008 confirment que les projets en ligne convergents (liés à une émission télévisée) réussissent mieux que les sites Web indépendants « autonomes ». Bien qu'ils représentent quelque 60 % des projets suivis, les sites indépendants reçoivent à peine un quart du total des visiteurs. Ces chiffres illustrent la difficulté persistante des sites Web indépendants à concurrencer les marques et les franchises établies. Les projets convergents profitent d'une publicité instantanée grâce à l'émission, au film ou à un autre média important auquel ils sont associés.

Puisque les sites Web convergents semblent avoir plus de facilité à attirer les auditoires, et que les projets qui convergent avec la télévision sont soutenus par d'autres fonds privés ou publics¹, Téléfilm augmente son aide au développement et à la production de projets Web indépendants afin de diversifier le contenu canadien en ligne. C'est ce qui explique le nombre réduit de sites convergents qui ont été soutenus par le FNMC (de douze sites en 2007 à neuf sites en 2008) et, par conséquent, la baisse de la fréquentation générale des projets en ligne.

Le projet financé par Téléfilm qui a remporté le plus de succès pour une troisième année consécutive est *This is Daniel Cook*, qui a atteint le chiffre impressionnant de 1,7 million de visionnements de page par mois. *Cornemuse* a également franchi le cap du million de visionnements de page par mois. Ces deux projets ont été financés il y a plusieurs années et, pourtant, ils continuent d'attirer un auditoire nombreux.

Moyenne par mois – ensemble des formats

	Visionnements de pages	Visites	Visiteurs uniques*	Moyenne de visites par projet	Nombre de projets
Sites Web convergents	3 379 084	395 203	256 721	43 911	9
Sites Web indépendants	1 067 933	111 581	35 751	7 970	14

*Le nombre de visiteurs uniques des sites indépendants est plus bas puisque les données relatives à un projet très populaire n'étaient pas disponibles.

Source : Données sur les auditoires en ligne recueillies par Phase 5

1 Le paysage des nouveaux médias au Canada, Nordicity, Novembre 2008

Le long métrage canadien à la télévision

Le rapport de Peter Grant et Michel Houle, « Soutien des longs métrages canadiens par les radiodiffuseurs », publié au début de 2009, souligne le rôle clé de la télévision dans la présentation et la promotion des films canadiens de langue anglaise. Contrairement à ceux de la France et du Royaume-Uni, les radiodiffuseurs publics du Canada ne soutiennent pas la promotion et la présentation des films autant qu'ils le pourraient :

... Toute solution à long terme pour résoudre les difficultés du cinéma canadien de langue anglaise à rejoindre des auditoires au Canada passe inévitablement par un engagement ferme et à long terme du radiodiffuseur public national en termes de financement, d'acquisition, de télédiffusion et de promotion des longs métrages de cinéma. Le réseau anglais de la CBC doit absolument s'impliquer dans l'élaboration d'une stratégie de soutien globale, semblable à celle introduite par la BBC en Grande-Bretagne ou encore ici même, à celle lancée par le réseau français de Radio-Canada. (Grant/Houle, 2009)

Au cours des dernières années, les films canadiens soutenus par Téléfilm ont connu du succès à la télévision de langue française. En fait, les 15 premiers films télédiffusés en 2008 au classement étaient des films présentés en langue française. Aucun film en langue anglaise ne s'est classé parmi les 15 premiers.

La télévision est essentielle pour faire connaître une marque et attirer un public fidèle. Les deux films les plus regardés à la télévision en 2008 ont été *Cruising Bar* et *Les Boys IV*. *Cruising Bar* a attiré 824 000 spectateurs; un résultat comparable aux 908 000 spectateurs que *Les Boys II* avait attirés en 2007. Téléfilm et les membres du groupe de travail du FLMC travaillent ensemble à l'élaboration d'une stratégie qui permettra d'accroître la diffusion des films canadiens, particulièrement dans le marché de langue anglaise. Le potentiel d'augmentation des auditoires pour les films canadiens à la télévision est considérable mais sous-exploité.

Auditoire télé de films soutenus par le FLMC

Titre du film	Réseau	Début	Auditoire moyen à la minute (000)
Cruising Bar	TVA	20:30	823,5
Les Boys IV : Un rêve, une game	TVA	18:30	659,1
Le secret de ma mère	SRC	20:00	652,8
Les Boys II	TVA	18:30	559,4
Maman Last Call	TVA	20:00	550,1
C.R.A.Z.Y.	TVA	21:15	541,0
Les Boys I	TVA	21:00	513,6
Les Boys III	SRC	19:30	438,6
Les dangereux	TVA	20:00	432,5
Horloge biologique	SRC	20:00	393,8
Ma vie en cinémascope	SRC	20:00	363,9
Camping sauvage	SRC	19:30	322,1
L'homme à tout faire	TVA	19:00	318,8
Un homme et son péché	SRC	19:30	306,5
La vie après l'amour	TVA	10:00	306,4

Source : BBM Canada

Réussite multiplateforme : Le Grand concours du jeu vidéo canadien

En septembre 2007, MindHabits a remporté Le Grand concours du jeu vidéo canadien de Téléfilm et reçu un demi-million de dollars de Téléfilm; une somme à laquelle s'est ajoutée le demi-million de dollars accordé par des investisseurs privés.

Depuis, MindHabits a produit un programme portable appelé *MindHabits Trainer*. Ce produit contient une série de mini-jeux faciles et amusants conçus pour aider les joueurs à se concentrer sur une rétroaction sociale positive et à adopter une attitude plus favorable envers eux-mêmes et envers les autres, augmentant ainsi ce que les scientifiques appellent « l'intelligence sociale ». À mesure que les joueurs progressent dans le jeu, leur pointage s'améliore en même temps que leur degré d'immunisation contre le stress quotidien. *MindHabits Trainer* est conçu pour être joué 10 minutes par jour, contribuant ainsi à réduire le niveau de stress du joueur et à augmenter son niveau de confiance en lui.

Le prototype créé par l'entreprise a mené à une entente de diffusion avec Got Game Entertainment qui rend le jeu disponible sur les plateformes PC et Mac. Le jeu a été lancé en août 2008, et une version en russe a suivi.

C.

UN ÉVENTAIL DIVERSIFIÉ DE PROJETS DE FILM

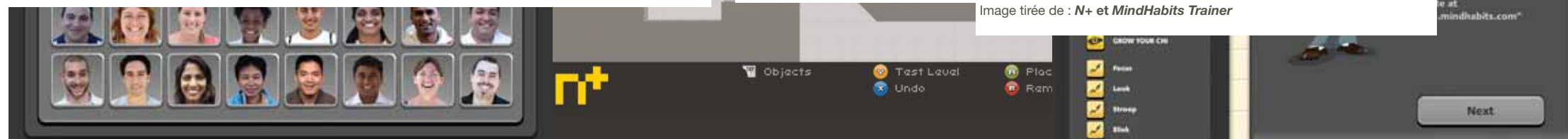
Téléfilm continue de faire de la diversification des genres en long métrage une priorité. Les recettes-guichet historiques par genre confirment que, dans le marché de langue anglaise, le drame pour adultes a généralement plus de difficultés que les autres genres à obtenir la faveur des auditoires, qui sont davantage attirés par les comédies, les comédies romantiques et les films d'action/aventure. Le déplacement du financement vers ces genres sous-exploités devrait se traduire par une augmentation des recettes-guichet. Téléfilm a réussi à diversifier encore un peu plus son éventail de films durant la dernière année.

Les chiffres définitifs indiquent que les engagements concernant les productions de langue anglaise ont migré vers la catégorie plus lucrative des comédies. En 2007-2008, 51 % de tous les engagements sont allés aux drames et seulement 13 % aux comédies; en 2008-2009, c'est presque l'inverse (23 % pour les drames et 43 % pour les comédies).

Mais cela ne veut pas dire que Téléfilm ne s'intéresse plus aux drames. Il semble en effet que c'est dans le drame que de nombreux cinéastes canadiens anglais s'illustrent, comme par exemple David Cronenberg et Atom Egoyan. Avec *Away from Her* l'an dernier et *Passchendaele* cette année, Téléfilm a démontré que les drames pour adultes peuvent connaître beaucoup de succès. En diversifiant son éventail de projets, elle veut simplement trouver l'équilibre et multiplier les chances de succès pour la prochaine année.

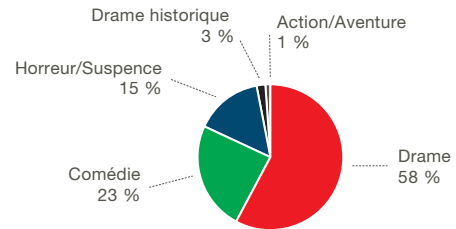
Dans le marché de langue française, les comédies sont tout aussi lucratives. Bien que les drames représentent près de 60 % de la production en langue française, des genres moins représentés, comme par exemple les films d'horreur/à suspense et les films historiques, ont enregistré quelques gains. Une plus grande diversification des genres représente l'orientation stratégique à suivre dans le marché de langue française pour maximiser la performance des films en salles.

Image tirée de : *N+* et *MindHabits Trainer*





Ventilation par genre Production française



Ventilation par genre Production anglaise

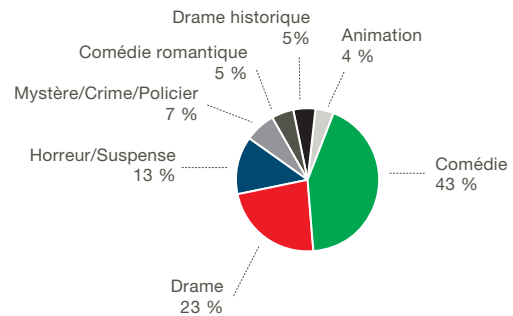


Image tirée de : *C'est pas moi, je le jure!*

PRIX ET FESTIVALS 2008-2009

Les grands succès canadiens

LONGS MÉTRAGES



RÉGION DE L'ATLANTIQUE

DOWN TO THE DIRT

2008 Atlantic Film Festival

- / Meilleur long métrage
- / Meilleur scénario

J'AI SERRÉ LA MAIN DU DIABLE

2008 Beverly Hills Film Festival

- / Prix du jury du Meilleur long métrage

RÉGION DU QUÉBEC

BABINE

2009 Prix Jutra

- / Meilleure musique
- / Meilleure direction artistique
- / Meilleurs costumes
- / Meilleur maquillage
- / Meilleur son

BORDERLINE

2009 Prix Jutra

- / Meilleure actrice
- / Meilleure réalisation
- / Meilleur montage
- / Meilleure actrice de soutien

2008 Toronto International Film Festival

- / Meilleur premier long métrage canadien
- / Mention spéciale du jury

2008 International Film Festival Mannheim-Heidelberg

- / Prix International de la Critique (FIPRESCI)
- / Prix œcuménique
- / Mention spéciale du jury international

C'EST PAS MOI, JE LE JURE !

2008 Atlantic Film Festival

- / Meilleur acteur
- / Meilleur long métrage canadien

2009 Vancouver Film Critics Circle Awards

- / Meilleur film canadien

2009 CFTPA Indie Awards

- / Meilleur long métrage canadien

2008 Berlin International Film Festival

- / Ours de Cristal
- / Grand Prix (Sélection Génération KPlus)

2009 Prix Jutra

- / Meilleure direction de la photographie

CE QU'IL FAUT POUR VIVRE

2009 Prix Jutra

- / Meilleur acteur
- / Meilleur film
- / Meilleur scénario

2008 Festival des films du monde de Montréal

- / Prix du Public
- / Prix du Meilleur film canadien
- / Grand Prix Spécial du Jury

2009 Palm Springs International Film Festival

- / Prix FIPRESCI du Meilleur acteur

2009 Prix Génie¹

- / Meilleure réalisation
- / Meilleur montage
- / Meilleure interprétation masculine dans un rôle principal
- / Meilleur scénario

2009 Vancouver Film Critics Circle Awards

- / Meilleure interprétation masculine dans un film canadien

CRUISING BAR 2

2009 Prix Jutra

- / Guichet d'Or

ELLE VEUT LE CHAOS

2008 Locarno International Film Festival

- / Prix de la mise en scène
- / Prix du Jury Jeunes – mention spéciale

L'INSTINCT DE MORT (MESRINE)

2009 Cérémonie des César (France)

- / Meilleur acteur
- / Meilleur réalisateur
- / Meilleur son

2009 Prix Lumière (France)

- / Meilleur acteur

2009 Étoiles d'Or (France)

- / Meilleur acteur

2009 Tokyo International Film Festival

- / Meilleur acteur

1 Les Prix Génie ont eu lieu le 4 avril 2009.



Images tirées de : *Breakfast with Scot*, *C'est pas moi je le jure !*, *Blindness* et *Fifty Dead Men Walking*

LOST SONG

2008 Toronto International Film Festival
/ Meilleur film long métrage canadien

MAMAN EST CHEZ LE COIFFEUR

2009 Prix Jutra
/ Film s'étant le plus illustré à l'extérieur
du Québec
/ Meilleure coiffure

2009 Vancouver Film Critics Circle Awards

/ Meilleure interprétation féminine dans
un film canadien

2008 Göteborg International Film Festival

/ Prix du public

TOUT EST PARFAIT

2008 Giffoni Film Festival
/ Prix ARCA Enel

2009 Prix Jutra
/ Meilleur acteur de soutien

2008 Festival International du Film Francophone de Namur

/ Bayard D'Or
/ Meilleur scénario
/ Prix nouvelles technologies (meilleure
première œuvre)

2009 Prix Génie
/ Prix Claude Jutra

2008 Festival International du Film de Sarlat

/ Prix du Jury Jeunes

2008 Seattle International Film Festival
/ Grand Prix du jury

RESTLESS

**2008 Festroia International
Film Festival**
/ Prix Silver Dolphin du Meilleur scénario
/ Prix CICAÉ

UP THE YANGTZE

2009 Prix Génie
/ Meilleur documentaire

RÉGION DE L'ONTARIO ET DU NUNAVUT

ADORATION

**2008 Festival international
du film de Cannes**
/ Prix du jury œcuménique

2008 Filmfest Hamburg
/ Prix Douglas Sirk

2008 Toronto International Film Festival
/ Meilleur long métrage canadien
/ Mention spéciale du jury

AMAL

**2008 San Francisco International Asian
American Film Festival**
/ Prix du Meilleur long métrage de fiction

2009 Prix Génie
/ Meilleure musique originale de film

2008 Indian Film Festival of Los Angeles

/ Film présenté en cérémonie d'ouverture
/ Grand prix du jury du Meilleur long
métrage de fiction

LA BATAILLE DE PASSCHENDAELE

2009 Prix Génie
/ Meilleur film
/ Bobine d'Or
/ Meilleur son
/ Meilleurs décors

BLINDNESS**2008 Festival Plus Camerimage**

/ Prix Silver Frog

2008 Festival de Cannes/ Film d'ouverture – Sélection et
compétition officielle**2008 Sitges International Film Festival of
Catalonia**/ Prix du public
/ Meilleurs décors**BREAKFAST WITH SCOT****2008 Prix de la Guilde canadienne
des réalisateurs**

/ Meilleur long métrage familial

LA FEMME OUBLIÉE**2008 Hollywood Film Festival**

/ Meilleur documentaire

FUGITIVE PIECES**2008 Newport Beach Film Festival**/ Meilleur directeur de la photographie
/ Meilleur réalisateur
/ Meilleur film
/ Meilleur scénario**2008 Sydney International Film Festival**

/ Prix du public

2009 Sao Paulo Jewish Film Festival

/ Prix du public du meilleur film

**2008 Kuala Lumpur International
Film Festival**

/ Meilleur film – Amérique du Nord

2009 Prix Génie

/ Meilleure direction de la photographie

HANK AND MIKE**2008 Seattle True Independent
Film Festival**

/ Meilleure comédie

HEAVEN ON EARTH**2008 Dubai International Film Festival**

/ Prix Muhr AsiaAfrica du Meilleur scénario

2008 Chicago International Film Festival

/ Meilleure actrice (Prix Silver Hugo)

LE JOUR AVANT LE LENDEMAIN**2008 Toronto International Film Festival**

/ Meilleur long métrage canadien

2009 American Indian Film Festival

/ Meilleur film

YOUNG PEOPLE FUCKING**2008 Vancouver Film Critics
Circle Awards**/ Meilleure actrice de soutien dans un film
canadien**2009 Prix Génie**/ Meilleure interprétation féminine dans un
rôle de soutien

RÉGION DE L'OUEST

CONTROL ALT DELETE**2008 Vancouver International
Film Festival**

/ Prix Inspiration

FIFTY DEAD MEN WALKING**2009 Vancouver Film Critics
Circle Awards**

/ Meilleur film de la Colombie-Britannique

**2008 Vancouver International
Film Festival**/ Meilleur long métrage de la région de
l'Ouest**2008 WorldFest Houston**

/ Prix Gold Remi

NORMAL**2009 Prix Génie**/ Interprétation masculine dans un rôle
de soutien**2008 Leo Awards**/ Meilleure réalisation d'un film long
métrage
/ Meilleure interprétation féminine dans
un film long métrage
/ Meilleure interprétation masculine dans
un film long métrage**SAVING LUNA****2008 Missoula International Wildlife
Film Festival**

/ Meilleur scénario

2008 Leo Awards

/ Meilleur documentaire

STONE OF DESTINY**2009 Victoria Independent
Film & Video Festival**

/ Prix du public

THE STONE ANGEL**2009 Prix Génie**

/ Meilleure bande originale de film

2008 WorldFest Houston

/ Prix spécial du Jury

WALK ALL OVER ME**2008 AMPIA Awards
(Alberta Motion Picture Association)**

/ Meilleur long métrage

2008 Leo Awards/ Meilleure interprétation masculine dans
un rôle de soutien

FESTIVALS ET PRIX 2008-2009

MÉDIAS INTERACTIFS



Images tirées de : Anash et Captain Flamingo

RÉGION DU QUÉBEC

AKOHA

Prix Crunchies 2008

/ Production la plus susceptible de rendre le monde meilleur

CLOSE TO PARADISE

Prix Webby 2008

/ En nomination dans la catégorie Meilleure production expérimentale

GOFRETTE

Prix d'excellence 2008 de l'Alliance pour l'enfant et la télévision

/ Prix d'excellence

RÉGION DE L'ONTARIO ET DU NUNAVUT

CAPTAIN FLAMINGO : UH-OH FLAMINGO !

Prix Indie 2008 de l'ACPFT

/ En nomination pour le Meilleur produit nouveaux médias de convergence

ODD JOB JACK

Prix Banff 2008

/ Meilleure émission interactive, Prix Indie de l'ACPFT de la Meilleure émission convergente

Prix Gemini 2008

/ En nomination pour la Meilleure émission multiplateforme
/ En nomination pour la Meilleure série humoristique

RÉGION DE L'OUEST

NASH INTERACTIVE

Prix 2009 de l'Alliance pour l'enfant et la télévision

/ Meilleur contenu original multiplateforme

Prix Indie 2009 de l'ACPFT

/ Meilleur produit nouveaux médias de convergence

Japan Prize 2008 pour les médias éducatifs

Prix Davey 2008

/ Prix Or dans la catégorie des productions pour enfants
/ Prix Argent dans la catégorie des productions pour les jeunes

Prix Gemini 2008

/ En nomination pour le meilleur projet multiplateforme

Alberta Film and Television Awards 2008

/ Meilleur projet numérique multiplateforme

Festival mondial des médias de Hambourg 2008

/ Prix Argent

WorldFest 2008

/ Prix Gold Remi dans la catégorie des productions interactives pour enfants

Omni Intermedia Awards 2008

/ Prix Bronze Omni dans la catégorie des productions pour enfants

Web Awards 2008 de la Web Marketing Association

/ Entertainment Standard of Excellence

**RAPPORT SUR LES RÉALISATIONS
OBJECTIF**

DEUX

**DÉVELOPPER
LE POTENTIEL
DE L'INDUSTRIE**

Objectifs stratégiques

Indicateurs de rendement

Cibles

Résultats pour 2008-2009

Investir dans l'industrie audiovisuelle afin d'attirer d'autres sources de financement

% de financement provenant d'autres sources

Maintenir ou augmenter le % du financement provenant d'autres sources

Dû à la situation économique difficile, la part de Téléfilm dans les budgets totaux a augmenté dans les longs métrages (31 % à 37 %) comme dans les médias interactifs (28 % à 49 %)

Les sociétés augmentent leurs capacités par le développement des ventes et des affaires lors des marchés

Volume de ventes et de transactions conclues lors des marchés

Maintenir ou augmenter les ventes canadiennes et internationales et le développement des affaires

Les ventes des marchés ont augmenté de 21 % par rapport à l'année précédente

Les professionnels de l'industrie bénéficient d'initiatives de grande qualité en matière de formation

Taux de satisfaction à l'égard des programmes et initiatives de formation et de perfectionnement de Téléfilm et impact positif sur la carrière des participants

Maintenir ou augmenter les taux de satisfaction à l'égard des initiatives de formation, de leur format et de leurs résultats

Après trois années de suivi, les taux de satisfaction demeurent solides à 4,2 sur 5

Les professionnels des communautés autochtones, culturelles et linguistiques en situation minoritaire, profitent des occasions qui leur sont offertes afin de faire avancer leurs carrières

Montant des ressources consacrées à des programmes et à des initiatives visant à promouvoir le perfectionnement professionnel au sein des communautés de cultures diverses

Maintenir ou augmenter le niveau de financement

Le niveau de financement a augmenté de 2,5 millions de dollars et de nouvelles initiatives de perfectionnement professionnel ont été mises sur pied en 2008-2009



EFFET DE LEVIER

Long métrage

Le financement des longs métrages par Téléfilm continue d'aider grandement l'industrie à trouver d'autres partenaires. Un financement de Téléfilm dans une production cinématographique dès les premières étapes du projet augmente la capacité du producteur d'attirer d'autres investisseurs.

En 2008-2009, Téléfilm a financé la production de 41 nouveaux projets dans le cadre du programme principal du Fonds du long métrage du Canada (FLMC). Le FLMC fut la principale source de financement, représentant 36,9 % de tous les budgets de production, soit une augmentation de 6,2 % par rapport à l'année précédente. Les autres sources gouvernementales (provinciales et crédits d'impôt fédéraux) ont été la deuxième plus importante source de financement, avec un taux de 35,6 %, une augmentation de 3,3 % comparativement à l'an dernier.

L'augmentation du financement du secteur public résulte principalement de la baisse du financement provenant de l'étranger, qui est passé de 12,5 % à 6,5 % des budgets de production. Les distributeurs/exportateurs (baisse de 2,8 %) et les télédiffuseurs (baisse de 1,1 %) ont également réduit leur participation financière dans les projets, alors que la contribution du secteur privé est demeurée stable. Le budget moyen total de production pour 2008-2009 s'élève à 4,8 millions de dollars.

Analyse de la participation financière – Production seulement – nouveaux contrats signés

	Nombre de projets	Devis totaux	Devis**	Fonds du long métrage du Canada	Entreprises de télédiffusion	Secteur privé	Distributeurs et exportateurs	Autres sources gouvernementales	Participants étrangers
Français	21	105 383 530	82 979 488	32,8 %	1,9 %	7,5 %	8,9 %	44,4 %	4,6 %
Anglais	20	92 434 543	92 434 543	40,6 %	0,4 %	11,9 %	11,1 %	27,7 %	8,3 %
Total	41	197 818 073	175 414 031	36,9 %	1,1 %	9,8 %	10,1 %	35,6 %	6,5 %

** Ne comprend pas la part étrangère (22 millions de dollars) des coproductions dans lesquelles le Canada est un partenaire minoritaire.

Source : Base de données interne de Téléfilm

Médias interactifs

Comme le renouvellement du Fonds des nouveaux médias du Canada (FNMC) était incertain au début de 2008-2009, Téléfilm a dû consacrer davantage de ressources aux projets en développement plutôt qu'à ceux en production. Comme c'est le cas pour les longs métrages, le cycle de production des médias interactifs peut varier entre 18 et 24 mois.

Les sociétés de production de médias interactifs ont également beaucoup moins d'infrastructure et ont un accès plus limité aux courants traditionnels de financement. La récession et la crise du crédit qui l'accompagne ont eu un impact considérable sur les budgets de production des projets de médias

interactifs. Il n'y a eu aucun investissement étranger dans les projets financés par le FNMC en 2008-2009 et Téléfilm a vu sa participation financière passer de 28 % en 2007-2008 à près de 49 % en 2008-2009.

Ces chiffres confirment l'importance du capital de démarrage pour l'industrie interactive canadienne.

Analyse financière des médias interactifs - Production – Nouveaux contrats signés

	Nombre de projets	Devis totaux	Fonds des nouveaux médias du Canada	Télédiffuseurs	Secteur privé	Distributeurs et exportateurs	Autres sources gouvernementales	Participants étrangers
Français	14	7 525 974	47,2 %	6,2 %	42,9 %	0,5 %	3,2 %	0,0 %
Anglais	10	2 309 742	54,3 %	0,0 %	29,4 %	4,3 %	12,0 %	0,0 %
Total	24	9 835 716	48,9 %	4,8 %	39,7 %	1,4 %	5,2 %	0,0 %

Source : Base de données interne de Téléfilm

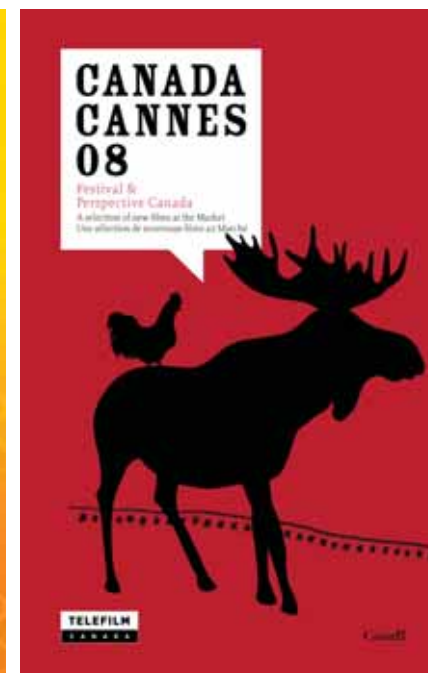
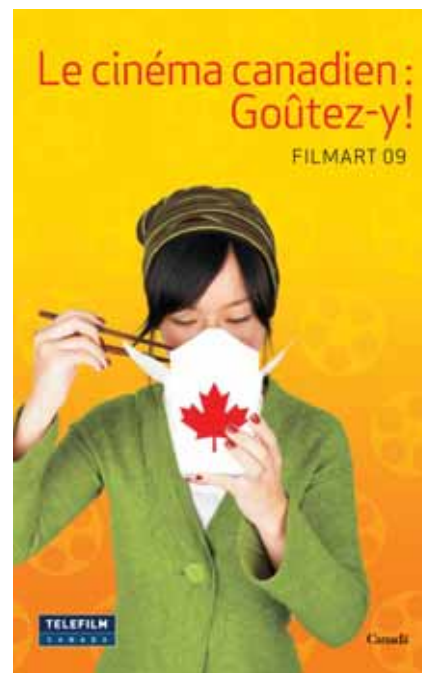
B.

TÉLÉFILM SUR LES MARCHÉS INTERNATIONAUX

Un partenaire commercial précieux pour les sociétés canadiennes qui travaillent à l'étranger

Téléfilm reconnaît depuis longtemps l'importance de bâtir la marque canadienne à l'étranger et a apporté son soutien à l'industrie canadienne pour développer son potentiel sur la scène internationale. Les marchés des médias audiovisuels du monde entier présentent une occasion d'affaires formidable pour les producteurs canadiens de cinéma, de télévision et de médias interactifs.

Le financement de Téléfilm dans les centres d'affaires canadiens et dans d'autres activités de développement des affaires qui ont lieu dans les marchés internationaux se traduit par des retombées substantielles sous forme de ventes. Les sociétés canadiennes ont démontré non seulement qu'elles étaient capables de développer une marque canadienne, mais également de conclure des millions de dollars de ventes et de préventes dans une diversité de marchés et de festivals internationaux. L'année dernière fut particulièrement exceptionnelle.



Les marchés du film et de la télévision

Pour la troisième année de suite, Téléfilm a sondé les participants aux marchés internationaux où elle met à leur disposition un centre d'affaires canadien dans le Pavillon du Canada.

Au total, 283 sociétés canadiennes participantes ont été appelées à remplir un sondage¹. Sur ces 283 sociétés, 203 ont accepté de répondre au sondage de Téléfilm. Les résultats des sondages de 2008² ont confirmé l'importance croissante de l'implication de Téléfilm dans ces événements.

Les participants canadiens au Marché européen du film de Berlin, au Filmart de Hong Kong, au MIPTV, au marché du film de Cannes et au MIPCOM ont été sondés en 2008. Le Filmart de Hong Kong s'est ajouté en 2008 et représente une autre étape d'une stratégie internationale plus vaste.

L'ensemble des ventes conclues et des ententes de prévente a atteint près de 14 millions de dollars en 2008. Les négociations en cours et celles qui se tiennent lors de ces marchés ont généré un montant supplémentaire de 71 millions de dollars de ventes probables. Ce total de 85 millions de dollars (ententes conclues et en cours de négociation) représente une hausse considérable par rapport aux 70 millions de dollars de l'an dernier (une hausse de 21 %). Étant donné que ces résultats ont été compilés à partir d'un taux de réponse d'environ 72 %, il est plus que probable que le chiffre de 85 millions de dollars soit un échantillon conservateur d'un volume final de ventes beaucoup plus important. C'est la troisième année consécutive que les ventes affichent une croissance substantielle.

Les résultats de 2008 confirment à nouveau que la présence et le financement de Téléfilm dans ces marchés engendrent des retombées importantes pour l'industrie audiovisuelle canadienne. Au total, Téléfilm a alloué environ 1,2 million de dollars³ de financement pour soutenir les sociétés canadiennes dans ces marchés. En 2008, chaque dollar investi par Téléfilm s'est traduit, pour les sociétés canadiennes, par la conclusion de près de 12 dollars de ventes. Ce ratio de ventes par rapport à l'investissement est en hausse comparativement à 2007 où il était de un pour neuf.

1 2008 *Outcome Reports for Hong Kong Filmart, Berlin, Cannes, MIPTV and MIPCOM*, Pollara

2 Les ventes enregistrées lors des marchés internationaux sont indiquées selon l'année civile, du 1^{er} janvier au 31 décembre.

3 Excluant le salaire du personnel interne

Les résultats enregistrés en 2008 pour les marchés internationaux font également état d'une liste impressionnante de coproductions et de coentreprises, réaffirmant l'importance de la coopération internationale dans le cinéma et les autres productions audiovisuelles. Sur les différents marchés, 75 sociétés ont participé à 133 ententes avec 21 pays. La valeur déclarée de ces ententes dépassait les 235 millions de dollars.

Non seulement les entreprises canadiennes réalisent-elles des ventes importantes lors de ces marchés internationaux mais, en règle générale, les participants sont aussi satisfaits de toutes les activités de développement des affaires que Téléfilm organise. Au total, 92 % des sociétés participantes ont utilisé le centre d'affaires canadien (en hausse de 2 % par rapport à 90 % l'an dernier). Tous les Pavillons du Canada ont enregistré un taux moyen de satisfaction de 7,8 sur 10 pour tous les marchés; aucune activité ni aucun service spécifique n'a reçu une note inférieure à 7 sur 10.

Marchés des médias interactifs : Game Connection

Les sociétés canadiennes qui ont participé à l'événement Game Connection à San Francisco en mars 2008 ont fait l'objet d'un sondage⁴ afin de connaître leur taux de satisfaction envers l'événement et leur volume de ventes. Vingt sociétés ont répondu au sondage. En décembre 2008, un second questionnaire fut envoyé à un plus petit contingent de participants canadiens à la Game Connection qui s'est tenue en Europe. Huit sociétés ont répondu à ce deuxième sondage.

Les ventes dans ces marchés ont été extrêmement encourageantes et s'ajoutent au volume plus élevé des ventes dans les marchés du film et de la télévision. Cent ententes potentielles ou conclues ont été réalisées à San Francisco, pour une valeur totale de 76 millions de dollars. Parmi toutes les sociétés ayant réalisé des ventes, sept avaient conclu des ententes pour une valeur de 3,6 millions de dollars.

4 Rapport sur les retombées commerciales et la satisfaction des entreprises participantes, JF Arseneau Conseil Inc., Mars 2008.

C

DÉVELOPPER UNE INDUSTRIE

Initiatives de formation et de perfectionnement

Téléfilm procède à des sondages auprès des participants à ses initiatives de formation et de perfectionnement depuis 2005-2006. Plus précisément, nous nous sommes penchés sur les taux de satisfaction à l'égard de l'initiative, les connaissances et les compétences acquises et l'impact à court et à long terme de l'initiative sur les participants. Ces données sont recueillies au moyen d'un sondage en ligne effectué après chaque initiative et qui est suivi, un an plus tard, d'une « vérification » permettant d'établir l'impact à plus long terme de l'initiative sur la carrière du participant.

Comme la taille des échantillons est assez modeste, il nous a fallu plusieurs années pour constituer une base de données suffisamment large pour que nous puissions nous fier entièrement aux résultats. Au cours des trois dernières années, huit initiatives ont fait l'objet d'un sondage, portant la taille de l'échantillon à environ 200 participants. Par conséquent, il est plus utile d'analyser la performance globale des huit initiatives de formation collectivement.

Téléfilm s'est donné pour objectif de maintenir les taux de satisfaction à un niveau standard et idéalement de les faire augmenter. Depuis 2005-2006, les taux de satisfaction relatifs à plusieurs initiatives de formation sont demeurés élevés, le taux moyen de satisfaction étant d'environ 4,2 sur 5. Le projet de sondage s'est avéré un succès et les données continueront d'être recueillies au cours des années à venir.



Image tirée de : *The Stone Angel*

En plus des recherches sur les taux de satisfaction, Téléfilm a également suivi, ces dernières années, les résultats et l'impact à long terme de ses initiatives de formation. Des sondages sont menés auprès des participants un an après la fin de la formation. Les participants au Programme d'aide à l'écriture de scénarios (PAES) et au Programme d'aide aux longs métrages indépendants à petit budget sont également inclus dans ce sondage. Les sondages sur les résultats nous permettent de savoir si la formation reçue par les participants a contribué ou non à l'avancement de leur carrière.

Comme c'était le cas pour les premiers sondages sur la satisfaction des clients, la taille des échantillons était modeste pour un grand nombre de ces initiatives. Toutefois, après quatre années de sondages, près de 150 participants ont rempli les questionnaires.

Les résultats sont encourageants; environ 78 % des scénaristes, 62 % des réalisateurs et 82 % des producteurs ont reconnu que l'initiative à laquelle ils avaient participé avait contribué de manière positive à leur perfectionnement professionnel.

De plus, la plupart des participants estimaient que le programme avait eu un impact positif sur la progression de leur carrière. Voici quelques-uns des faits saillants recueillis au cours des trois dernières années¹ :

- Plus de la moitié des scénaristes estimaient que l'initiative les avait aidés à obtenir du financement et à améliorer leurs relations avec les producteurs.
- Près d'un tiers des scénaristes étaient en fait parvenus à obtenir davantage d'options pour leurs scénarios après la première année, une conséquence directe de l'initiative.
- Près de 60 % des réalisateurs reconnaissaient que l'initiative avait amélioré la qualité générale de leur réalisation.
- Plus de la moitié des réalisateurs ont indiqué qu'ils avaient réalisé de nouveaux projets ou des projets plus ambitieux à la suite de l'initiative.
- Près de 60 % des producteurs participants ont reconnu que l'initiative avait eu un impact positif sur la progression de leur carrière et qu'elle les avait aidés à mieux comprendre leur(s) auditoire(s).

1 Les énoncés représentent une combinaison des réponses *fortement en accord* et *quelque peu en accord*

Cependant, comme nous l'avons constaté à la suite de cette recherche, il y a quand même place à l'amélioration :

- Seulement un tiers des scénaristes ont été en mesure d'obtenir davantage d'options pour leurs scénarios grâce à l'initiative.
- Moins du tiers des producteurs ont indiqué avoir produit plus de films canadiens grâce à l'initiative.

La recherche sur le programme de formation au moyen des sondages se poursuivra en 2009-2010. Il s'agit d'un outil important permettant à Téléfilm d'apporter au besoin des modifications à ses stratégies en matière de formation et de développement des affaires.

Les niveaux de satisfaction de la clientèle sont une mesure de la performance. Téléfilm a également effectué en 2008-2009 une évaluation complète du Programme d'aide aux longs métrages indépendants à petit budget et du PAES. Les résultats indiquent que l'on obtiendrait une plus grande efficacité administrative en intégrant ces programmes aux composantes principales de développement et de production du FLMC². En outre, les scénarios appuyés par le PAES n'en sont pas encore à l'étape de la production ou n'ont pas atteint les recettes-guichet initialement prévues. Téléfilm étudiera les résultats de ces observations en consultation avec les groupes de travail du FLMC en 2009-2010 pour voir comment améliorer l'efficacité et l'efficience de ces programmes.

2 *Affiner la vision artistique*, Communications MDR, Mars 2009.

D

CULTIVER DES TALENTS DIVERS : SOUTIEN AUX GROUPES AUTOCHTONES, CULTURELS ET LINGUISTIQUES

En 2008-2009, Téléfilm a accordé son appui à 13 initiatives et 79 projets de groupes multiculturels, autochtones et de communautés de langue officielle en situation minoritaire, ce qui représente un engagement total de 7,5 millions de dollars. Il s'agit d'une augmentation de 2,5 millions de dollars par rapport à l'an dernier, où l'engagement total de Téléfilm s'élevait à 5 millions de dollars.

Place aux histoires autochtones

En 2007, Téléfilm Canada a créé un groupe de travail autochtone comprenant des représentants du Réseau de télévision des peuples autochtones, des producteurs autochtones et d'autres représentants des communautés autochtones. Ce groupe de travail a contribué à la conception et au lancement du programme *Place aux histoires autochtones* en 2008-2009.

Le programme Place aux histoires autochtones cible des scénaristes et des producteurs autochtones qui travaillent à des projets de longs métrages qui en sont à différentes étapes de développement. À chaque étape, les participants bénéficient d'un ensemble d'activités de formation, de perfectionnement professionnel et de mentorat personnalisé et reçoivent aussi une avance en développement. Le programme encourage et appuie plus spécialement les cinéastes autochtones afin de les aider à développer un scénario original qui sera attrayant pour les producteurs, les bailleurs de fonds et autres représentants de l'industrie cinématographique.

Grâce au programme Place aux histoires autochtones, Téléfilm a accordé une somme d'environ 181 000 dollars à 11 projets en développement en 2008.

Grandes réussites multiculturelles

AMAL

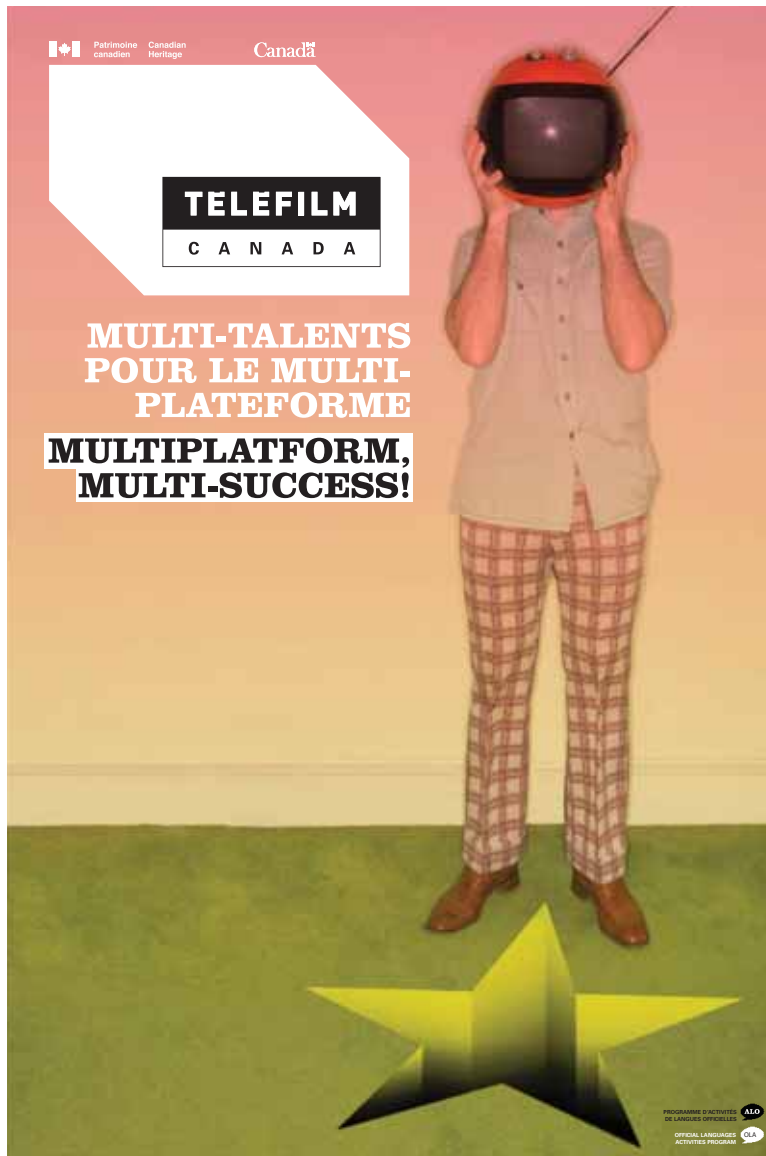
Le premier film du réalisateur indo-canadien Richie Mehta s'est attiré les louanges des critiques lors de sa sortie au Festival international du film de Toronto (TIFF) en 2007. *Amal* a commencé en 2004 comme court métrage, inspiré par une histoire vraie racontée au réalisateur par son frère. Le court métrage a fait son premier pas vers le long métrage à l'événement *Pitch This!* de Téléfilm au TIFF. Le réalisateur a reçu 10 000 dollars pour sa présentation réussie et son frère a collaboré avec lui pour permettre à cette histoire unique, qui se déroule entièrement en Inde, de devenir un long métrage.

Ils ont pu récolter le fruit de leur labeur lorsque le film est sorti en salles au mois d'août 2008. *Amal* a généré des recettes-guichet modestes d'un quart de million de dollars en 2008, mais il a récolté de nombreux prix et des louanges, y compris cinq mises en nomination aux Génies et un prix Génie pour la Meilleure chanson originale; le *Best Narrative Feature Award* au *San Francisco International Asian American Film Festival*, le prix Phillip Borsos au Festival du film de Whistler et le grand prix du Jury (film de la soirée d'ouverture) à l'Indian Film Festival de Los Angeles.

Richie Mehta représente un élément important de la scène cinématographique canadienne. Il a grandi au Canada en regardant *Indiana Jones* et *Star Wars*; adulte, il a commencé à travailler avec d'autres cinéastes d'origine sud-asiatique qui avaient des histoires et une feuille de route similaires. *Amal* est une autre grande réussite de la diversité canadienne dans le monde du cinéma. En outre, Richie Mehta est un représentant de la relève, un nouveau venu qui, avec l'aide de Téléfilm, a démarré une carrière prometteuse.



Image tirée de : *Amal*



Les communautés de langue officielle en situation minoritaire sautent dans l'action

En 2008-2009, en plus de renouveler les initiatives de formation *Écrire au long* et *Feature It!* pour les scénaristes, les réalisateurs-scénaristes et les producteurs en vue de développer des projets de long métrage déterminés par le marché, Téléfilm a procédé au lancement d'une nouvelle initiative pour le contenu numérique interactif. Cette initiative, Multi-talents pour le multiplateforme, a pris la forme d'ateliers offerts aux communautés de langue officielle en situation minoritaire (CLOSM). Ces ateliers ont été conçus pour promouvoir le perfectionnement des professionnels du cinéma, de la télévision et des nouveaux médias et pour leur fournir les outils nécessaires pour relever les défis du multiplateforme et migrer vers de nouveaux modèles d'affaires.

De plus, Téléfilm a pris l'engagement d'identifier et de recruter des talents émergents et des créateurs de contenu provenant des communautés de langue officielle en situation minoritaire. En 2008-2009, Téléfilm a élaboré diverses stratégies de rayonnement axées sur la création d'une image visuelle distincte, d'un slogan (« Sautez dans l'action ») et d'un microsite Web sous la bannière des Activités de langues officielles (ALO), afin de mieux promouvoir les programmes et les initiatives destinés aux créateurs de contenu des CLOSM. Simultanément, un plan médiatique visant les journaux des CLOSM et les festivals francophones hors Québec a été mis sur pied pour promouvoir les activités du programme ALO. La combinaison de ces différentes démarches a entraîné une augmentation de 15 % du nombre de projets reçus par le programme *Écrire au long*, dont près de la moitié provenait d'auteurs émergents. *Feature It!* a connu une augmentation similaire du nombre de projets reçus, avec près de 60 % de nouveaux auteurs.

Finalement, Téléfilm a lancé un nouveau volet d'aide à la production qui a pour objectif d'offrir aux producteurs et aux réalisateurs des CLOSM l'occasion de mener à bien des projets de long métrage axés sur le marché, et d'élargir ce bassin de créateurs dans notre pays. Le financement offert en vertu de cette initiative prend la forme d'une avance remboursable pour la production d'un long métrage dont le budget total se situe entre 0,25 million de dollars et 1,25 million de dollars. L'initiative est une suite logique aux programmes *Écrire au long* et *Feature It!*.

RAPPORT SUR LES RÉALISATIONS
OBJECTIF

TROIS

**ÊTRE UN BON
ADMINISTRATEUR**

Objectifs stratégiques

Indicateurs de rendement

Cibles

Résultats pour 2008-2009

Être un administrateur efficace et innovateur

Ratio des frais de gestion (RFG)

Maintenir le pourcentage des frais de gestion à un niveau peu élevé

Les RFG des programmes sont restés au même niveau ou se sont améliorés :

- Le RFG du FLMC s'est amélioré, passant de 9 % en 2007-2008 à 8 % en 2008-2009
- Le RFG de l'UAT s'est amélioré de 10 %, passant de 3,0 % en 2007-2008 à 2,7 % en 2008-2009
- Le RFG du FNMC s'est amélioré, passant de 26 % en 2007-2008 à 17 % en 2008-2009

Être transparent et responsable

Perfectionner les indicateurs de rendement établis

Optimiser l'efficacité opérationnelle en faisant le suivi des indicateurs financiers et opérationnels

- Les cibles des indicateurs financiers ont toutes été atteintes
- Les cibles des indicateurs opérationnels reliées aux délais des décisions sur le financement des projets ont été revues

Mieux servir les clients

Satisfaction des clients

Maintenir ou augmenter le taux de satisfaction des clients par rapport aux résultats du sondage de 2005-2006

Le sondage pancanadien sur la satisfaction générale des clients qui était prévu pour 2008-2009 sera effectué au cours du prochain exercice financier

A.

ÊTRE UN ADMINISTRATEUR EFFICACE ET INNOVATEUR

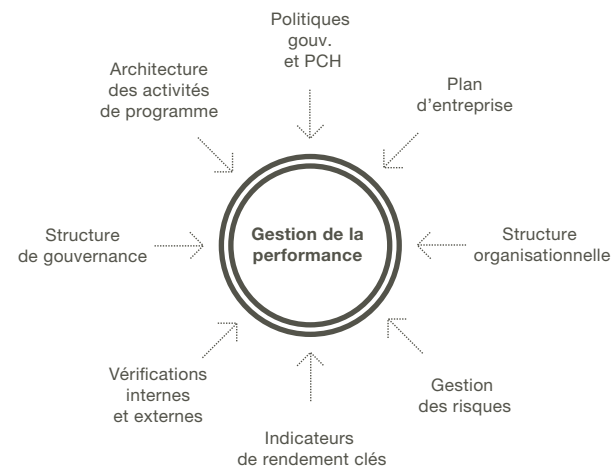
Gestion de la performance

Téléfilm s'est engagée à offrir un excellent service à la clientèle et a publié à cet effet une Charte du service aux clients en 2003, la toute première pour un organisme du secteur culturel. Cette Charte du service aux clients reflète l'engagement qu'a pris Téléfilm d'établir des normes de service élevées et d'entretenir des relations mutuellement profitables avec ses clients et les autres intervenants. Accessibilité, équité et rapidité sont les trois principales valeurs auxquelles peuvent s'attendre les clients de Téléfilm dans l'exécution et l'administration des programmes. Conformément aux nouveaux rôles et responsabilités relatifs à l'exécution des programmes, Téléfilm a mis à jour sa Charte du service aux clients l'an dernier.

Le cadre de gestion et de responsabilisation axé sur les résultats établi par Téléfilm en 2005-2006 lui a permis de maintenir un niveau élevé de satisfaction du service à la clientèle tout en assurant une gestion efficace et efficiente des fonds publics. Les objectifs sont les suivants :

- être un administrateur efficace et innovateur en offrant la livraison des programmes à un prix avantageux et en utilisant des méthodes modernes et intégrées de gestion de la performance;
- être transparent et responsable en améliorant les mesures de l'efficacité administrative; et
- mieux servir les clients en procédant à des évaluations de la satisfaction de la clientèle sur une base continue.

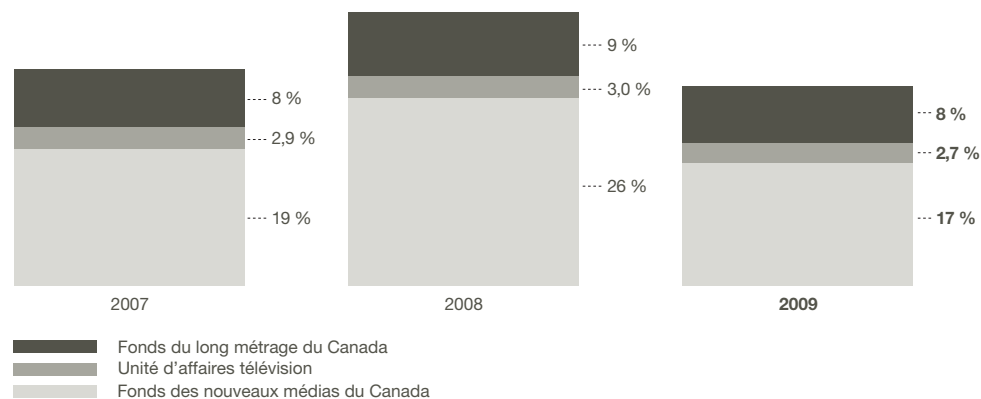
Téléfilm a mis sur pied un cadre de gestion axé sur les résultats qui favorise la responsabilité, la transparence et l'atteinte des résultats à tous les niveaux; de la politique gouvernementale, à son plan d'entreprise, au programme d'activité et rapport annuel et ultimement aux clients. Cette même approche en cascade a été adoptée par le conseil d'administration de Téléfilm Canada qui a élaboré une structure de gouvernance permettant de superviser les activités de la Société par l'entremise du comité de vérification et des finances et du comité des candidatures, de l'évaluation et de la gouvernance. Tel que présenté à la figure ci-dessous, Téléfilm utilise tous les outils pertinents dans le but d'établir, de gérer et de contrôler son environnement afin d'atteindre les résultats attendus.



Ratio des frais de gestion

En tant qu'administrateur de programmes, Téléfilm s'efforce d'optimiser les ressources et d'offrir la meilleure valeur possible aux clients et partenaires. À cet effet, le ratio des frais de gestion (RFG) est un indicateur financier qui témoigne, sur une base annuelle, des ressources administratives utilisées en lien avec les extrants financiers des programmes. Le RFG correspond aux frais de fonctionnement en relation avec les sommes investies en dépenses de support, pour chacun des programmes importants de la Société. Les frais de fonctionnement détaillés des principaux programmes sont disponibles à l'annexe F des états financiers.

Plusieurs facteurs influencent les RFG des différents programmes, faisant en sorte qu'ils ne sont pas comparables entre eux. En effet, chaque programme de financement a ses propres principes directeurs, méthodes de sélection et paramètres d'évaluation. Le graphique suivant illustre la tendance du ratio des frais de gestion des principaux programmes, sur trois exercices.



Fonds du long métrage du Canada (FLMC)

Le RFG du FLMC se maintient année après année à environ 8 %. Il s'agit d'une performance appréciable compte tenu des paramètres de livraison décentralisés et de certains programmes sélectifs composant le FLMC.

Unité d'affaires télévision (UAT)

En 2008-2009, le RFG de l'UAT s'établit précisément à 2,7 %, ce qui représente une amélioration de 10 % par rapport à 2007-2008. Téléfilm maintient et adapte ses processus d'affaires afin d'offrir au FCT et à ses clients des services alliant qualité supérieure, temps de réponse optimal et prix compétitif. Notons que l'ensemble de la prestation de services est encadré par une entente de services qui détermine notamment les niveaux de services requis et les frais anticipés. Les programmes de financement du FCT sont la propriété de celui-ci et ne sont donc pas présentés dans les états financiers de Téléfilm.

Fonds des nouveaux médias du Canada (FNMC)

Le RFG du FNMC s'établit à 17 % pour l'exercice 2008-2009, ce qui représente une baisse importante par rapport au ratio de 2007-2008 qui se situait à 26 %. L'amélioration du ratio s'explique principalement par l'augmentation des dépenses de support qui ont connu une hausse marquée de 3,2 millions de dollars en 2008-2009. Le renouvellement tardif de l'entente de contribution, en juin 2007, a donné lieu à un moratoire de trois mois ayant entraîné une baisse importante des dépenses de support en 2007-2008.

Perspectives pour 2009-2010

La direction ne s'attend pas à des changements importants quant aux prévisions portant sur les ratios des frais de gestion des principaux programmes pour l'exercice 2009-2010.

Amélioration continue

Téléfilm s'efforce continuellement d'améliorer les systèmes et pratiques en place et l'exercice 2008-2009 n'a pas fait exception à cette règle. L'équipe de gestion bénéficie maintenant de rapports standardisés permettant le suivi des montants reliés aux bons de commande. Téléfilm a aussi actualisé les politiques sur les voyages et les déplacements et sur les frais d'accueil. Notons que ces politiques sont conformes à celles mises de l'avant par l'ensemble de l'appareil fédéral. De plus, le plan de continuité des affaires a été amélioré et répond encore mieux aux impératifs de Téléfilm et des partenaires.

Plan directeur des ressources humaines

Le plan directeur des ressources humaines permettra à Téléfilm de renforcer le mentorat, la motivation, les relations interpersonnelles, le travail d'équipe, la conciliation travail-vie privée, la formation, la rémunération et la satisfaction au travail. Plusieurs consultations ont eu lieu auprès des employés et des gestionnaires. Deux priorités ont été établies :

- redéfinir les valeurs d'entreprise et identifier les comportements attendus; et
- améliorer les communications entre les employés et la direction.

Pour améliorer les communications entre les employés et la direction, le site intranet de la Société a été remanié afin d'assurer que l'information touchant la Société est communiquée régulièrement et rapidement aux employés.

Technologies de l'information

Téléfilm a complété le déploiement de son système téléphonique utilisant la technologie IP qui permet de partager l'infrastructure réseau aux fins de télécommunications. Motivée par des facteurs de sécurité accrue, de compatibilité avec les différents fournisseurs et par des pratiques de gestion plus vertes, Téléfilm a remplacé le système d'exploitation Windows 2000 par Windows Vista. Ces deux projets permettront une utilisation optimale des nouvelles technologies, un partage de l'infrastructure de télécommunication (réseautique et téléphonie) et l'élimination complète des frais d'interurbains entre les bureaux. Téléfilm a également réduit de 50 % le nombre de serveurs, ce qui a permis de réaliser des économies.



B

ÊTRE TRANSPARENT ET RESPONSABLE

Indicateurs de rendement financiers et opérationnels

En 2008-2009, Téléfilm a perfectionné les indicateurs de rendement en révisant les méthodes de calcul des jours ouvrables afin d'uniformiser le calcul des mesures de rendement, de même qu'en révisant les délais applicables aux décisions, particulièrement lorsque des dates de dépôt sont utilisées. Le suivi des mesures de rendement est l'une des nombreuses façons d'assurer que Téléfilm exerce ses activités de façon efficace et efficiente, grâce à l'utilisation d'indicateurs financiers et opérationnels.

Indicateurs financiers	<ul style="list-style-type: none">Dépenses minimales du FLMC et du FNMCBudget administratif : seuil maximal
Indicateurs opérationnels	<ul style="list-style-type: none">Délais des décisions sur le financement des productions du FLMC et du FNMCNiveaux de service de l'UATDéclenchement des versements aux projets et fournisseursHeures disponibles des systèmes critiques TIJours sans incident des systèmes critiques TI

Un compte-rendu de certains des indicateurs de rendement susmentionnés est présenté trimestriellement aux membres du comité de vérification et des finances de Téléfilm.

Résultats des indicateurs du rendement administratif

Téléfilm a établi une série d'indicateurs de rendement qui visent à déterminer le niveau de performance à atteindre. Ce mode de gestion permet de créer un environnement qui favorise un excellent rendement et un service optimal aux clients et partenaires. Les résultats recueillis donnent une mesure précise de la performance de la Société en regard des cibles établies.

Indicateurs financiers	Cibles	Résultats	Constats
Dépenses minimales du FLMC	84,2 M\$	94,5 M\$	Cible atteinte
Dépenses minimales du FNMC	12,4 M\$	13,3 M\$	Cible atteinte
Budget administratif : seuil maximal	28,8 M\$	27,5 M\$	Cible atteinte

Il est important pour Téléfilm d'atteindre les cibles financières établies pour le FLMC et le FNMC. L'atteinte de ces cibles permet à Téléfilm d'assurer que l'industrie dispose des sommes maximales disponibles pour le développement, la production et la mise en marché de projets canadiens ainsi que d'éviter la péremption de fonds. La cible du budget administratif représente quant à elle le montant maximal pouvant être utilisé pour couvrir les frais de fonctionnement et d'administration de Téléfilm.

Les résultats des indicateurs financiers sont positifs et toutes les cibles ont été atteintes. Les dépenses de support du FLMC ont dépassé le seuil établi, car ce fonds bénéficie de récupérations pouvant être réinvesties. Le FNMC a connu une année exceptionnelle et les dépenses excédentaires ont été financées par des récupérations disponibles non utilisées.

Quant au budget administratif, Téléfilm a réussi à économiser environ 1,1 million de dollars qui fut réinvesti dans les programmes¹. Conformément aux politiques en vigueur, la direction a financé une partie des coûts administratifs de l'année prochaine qui s'élèvent à 1,2 million de dollars. Il est à noter que le budget administratif n'est pas calculé sur une base d'exercice, mais plutôt sur une base de caisse modifiée. Il ne peut donc pas être comparé aux frais de fonctionnement et d'administration présentés à l'annexe E des états financiers.

Parallèlement aux indicateurs financiers, Téléfilm a procédé à l'établissement, au suivi et au maintien des cibles suivantes reliées aux principaux indicateurs opérationnels.

Les cibles relatives aux délais des décisions sur le financement des productions n'ont pas été atteintes tant pour le FLMC que pour le FNMC. Il est important de noter que le volume de demandes reçues influe systématiquement sur les délais de réponse, particulièrement lorsque des dates de dépôt sont établies. Téléfilm examine présentement sa performance quant aux délais des décisions et consolidera le processus utilisé pour superviser l'atteinte de ces cibles.

Indicateurs opérationnels	Cibles	Résultats	Constats
Délais des décisions sur le financement des productions ²			
• FLMC : décision émise	10 semaines Date de décision planifiée	74 % du temps 93 % du temps	Cible non atteinte Cible non atteinte
• FNMC : décision émise	Date de décision planifiée	82 % du temps	Cible non atteinte
Niveaux de service de l'UAT : Indicateurs des délais à respecter (en jours)	12 cibles à atteindre	10 cibles atteintes	Cible non atteinte
Déclenchement des versements au projet	≤ 3 jours	3 jours	Cible atteinte
Déclenchement des versements aux fournisseurs de produits et services ²	≤ 20 jours	20 jours	Cible atteinte
Heures disponibles des systèmes critiques TI	≥ 97,5 %	99,6 %	Cible atteinte
Jours sans incident des systèmes critiques TI	≥ 90 %	90 %	Cible atteinte

1 La cible des dépenses minimales du FLMC n'a pas été modifiée suite à ce transfert de fonds.

2 Les cibles ont été revues en 2008-2009.

Unité d'affaires télévision

Les paramètres de services offerts aux clients du FCT sont encadrés par l'entente de services entre Téléfilm et le FCT. Ainsi, le respect des délais permet d'assurer l'uniformité dans la qualité du service offert. Cette année, 10 cibles sur 12 ont été atteintes. Les indicateurs témoignent d'une amélioration importante de la performance des éléments dont les cibles n'avaient pas été atteintes en 2008-2009. Des modifications aux principes directeurs des programmes et aux processus d'affaires ont aussi été effectuées au cours de l'exercice, ce qui contribuera à favoriser l'atteinte des niveaux de service pour l'an prochain.

Déclenchement des versements

Dans l'optique d'offrir un service de qualité, Téléfilm vise le respect d'un délai raisonnable concernant le déclenchement des versements aux projets. Comme le démontre le tableau, Téléfilm se conforme à un délai de trois jours pour l'émission des versements. Pour ce qui est des versements à effectuer aux fournisseurs, Téléfilm a également atteint la cible fixée à 20 jours.

Finalement, deux indicateurs critiques pour Téléfilm sont utilisés par le service des technologies afin d'évaluer sa performance : les heures où le système est disponible et les jours sans incident. Le but de ces deux paramètres est d'assurer la disponibilité des applications informatiques essentielles à la bonne marche des affaires de Téléfilm. En 2008-2009, les résultats ont été excellents et ont répondu aux attentes.

Vérifications internes

Téléfilm a fait l'objet de nombreuses vérifications au cours de l'exercice 2008-2009. Trois vérifications ont été mandatées par le FCT. De plus, le programme triennal de vérification interne approuvé par le conseil d'administration en 2007-2008 s'est poursuivi. Des vérifications de conformité aux processus de gestion du FLMC et du FNMC ont également été effectuées. Des points à améliorer ont été notés :

- une plus grande uniformisation de la documentation à travers les bureaux et les programmes;
- une amélioration de la documentation des pistes de vérification et du contrôle de qualité des dossiers.

Des plans d'action spécifiques ont été élaborés en vue de corriger les lacunes.

Mandat d'examen spécial 2009

Téléfilm est présentement soumise à son premier examen spécial de la vérificatrice générale du Canada. L'examen spécial a pour but de fournir aux membres du conseil d'administration une opinion indépendante et objective, à savoir si les systèmes de contrôle et d'information financiers, de contrôle et d'information de gestion ainsi que les pratiques de gestion de Téléfilm sont mis en application de manière à fournir l'assurance raisonnable que :

- les actifs de la Société sont protégés et contrôlés;
- la gestion des ressources financières, humaines et physiques de la Société est économique et efficiente; et
- le déroulement des opérations de la Société est efficace.

La phase préliminaire du mandat spécial s'est amorcée à la fin de 2008-2009, alors que les vérificateurs prenaient connaissance des affaires de Téléfilm et décidaient des secteurs à examiner. Ce mandat se déroulera tout au long de l'exercice 2009-2010.

Comparaisons et repères

Téléfilm se doit d'être responsable financièrement, et lorsque cela est possible, elle se mesure aux meilleurs comparables disponibles. Téléfilm se compare avantagement aux normes de Travaux publics et Services gouvernementaux Canada (TPSGC) en ce qui concerne l'espace utilisé aux locaux du siège social à Montréal. En effet, les aires de travail de tous les employés et tous les lieux communs correspondent aux normes établies par TPSGC ou les dépassent. De plus, Téléfilm compare ses coûts informatiques avec les repères établis par la firme Gartner, *Secteurs gouvernementaux et financiers*, ainsi qu'avec les normes de TPSGC. Bien que la taille de Téléfilm se compare difficilement à celle des organismes mesurés par ces institutions, les résultats observés sont généralement positifs.



MIEUX SERVIR LES CLIENTS

La satisfaction de la clientèle et des ayant droits est au cœur des actions de Téléfilm. Toutes les initiatives – gestion de la performance, indicateurs financiers et opérationnels, améliorations découlant de progrès technologiques et vérifications internes – convergent vers un seul but : mieux servir les clients.

Téléfilm a toujours effectué de nombreux sondages pour mesurer la satisfaction de la clientèle. Cependant, le sondage pancanadien sur la satisfaction générale des clients qui était prévu pour 2008-2009 sera effectué au cours du prochain exercice.

Le FCT a mené une étude en 2008-2009 ayant pour objectif de connaître la satisfaction de la clientèle envers les services offerts par l'UAT : en moyenne, le taux de satisfaction est de 7,9 sur 10, ce qui est un très bon résultat, très près d'un résultat de 8 sur 10 qui aurait été jugé excellent. Nous retenons du sondage les points suivants :

- la courtoisie et l'écoute du personnel;
- les services offerts par le personnel de soutien, les gestionnaires, les analystes et le département de comptabilité; et
- le délai de réponse au téléphone et par courriel et la constance des réponses d'une étape à l'autre.

Renouvellement du Fonds canadien de télévision (FCT) et du Fonds des nouveaux médias du Canada (FNMC)

En 2008-2009, Téléfilm et le FCT ont renouvelé l'entente de service visant l'exécution des programmes de financement du FCT pour une période d'un an. Ce renouvellement assure une continuité des services offerts aux clients du FCT. Par ailleurs, Téléfilm a renouvelé l'entente de contribution du FNMC avec le ministère du Patrimoine canadien pour une période d'un an.

Comme l'a annoncé le gouvernement fédéral en mars 2009, le Fonds des médias du Canada (FMC) sera créé le 1^{er} avril 2010 par la fusion du FCT et du FNMC. Grâce à son expérience en tant qu'administrateur de programmes, Téléfilm est bien placée pour appuyer le gouvernement et les principaux intervenants de l'industrie dans la transition vers le nouveau FMC.

eTéléfilm

Il a été démontré que l'utilisation d'*eTéléfilm* dans l'exécution des programmes est un vecteur d'efficacité important, notamment en termes de numérisation et de saisie de l'information, les employés travaillant en mode révision plutôt qu'en mode de saisie des données. Il ne faut donc pas s'étonner de la croissance d'*eTéléfilm*, dont le nombre d'utilisateurs ne cesse d'augmenter :

- à ce jour, on compte 768 entreprises inscrites, soit 28 % de plus qu'en 2007-2008;
- 147 rapports d'exploitation ont été reçus en 2008-2009, soit 225 % de plus qu'en 2007-2008;
- 437 demandes ont été reçues en ligne en 2008-2009, soit 11 % de plus qu'en 2007-2008.
- également, plusieurs programmes se sont ajoutés à *eTéléfilm* depuis le dernier exercice.



Une importante restructuration organisationnelle pour mieux servir les clients

Au cours de la dernière année, Téléfilm a modifié sa structure organisationnelle à différents niveaux, de ses processus d'affaires à la prise de décisions en matière de financement, en passant par la composition de son comité de gestion.

Grâce à cette restructuration, Téléfilm est maintenant dotée d'une stratégie organisationnelle plus efficace et efficace.

Refonte et réaligement de la fonction du comité exécutif de gestion

En cette période de transition vers du contenu accessible sur de multiples plateformes, l'équipe de la haute direction de Téléfilm se doit de prouver, plus que jamais, qu'elle possède la vision et les diverses aptitudes et compétences requises.

C'est la raison par laquelle cette année, Téléfilm a revu sa structure organisationnelle et apporté d'importantes modifications au plan organisationnel de la haute direction. Ce réaligement a permis d'éliminer un échelon dans le processus décisionnel et d'élargir le comité de gestion afin que toutes les activités de Téléfilm y soient représentées. Les trois grands secteurs d'affaires de Téléfilm, soit le financement des projets, le développement des affaires nationales et internationales et les contrats et certification, font partie intégrante du Comité exécutif de gestion (CEG) qui relève directement du directeur général. Les autres membres du CEG représentent les principaux services de la Société : administration et services d'entreprise, planification stratégique et développement de projets, affaires publiques et gouvernementales, et communications.

Ce changement promet de créer une excellente synergie entre le directeur général et l'ensemble des services et des bureaux de Téléfilm. Il permettra également d'améliorer les communications internes tout en favorisant de bonnes relations avec les clients et les partenaires de l'industrie.

Contenu et relations d'affaires

La restructuration des opérations permet aussi de mieux gérer les risques et fait en sorte que Téléfilm est en mesure d'offrir des programmes et des services en favorisant le respect de la Charte du service aux clients. Cette restructuration a donné lieu à la séparation du processus décisionnel sélectif (contenu) et des relations d'affaires (traitement des demandes, négociation des contrats, modalités des versements). En harmonisant davantage les pratiques d'affaires dans l'ensemble des bureaux régionaux, il sera ainsi plus facile pour les membres de l'industrie de faire affaires avec Téléfilm.

La séparation des secteurs responsables du contenu et des relations d'affaires clarifie les responsabilités respectives. Le secteur des relations d'affaires sera en mesure de gérer les contrats plus efficacement, que ce soit dans le cadre des processus d'affaires habituels ou simplement lors du suivi des projets. Il est à noter que Téléfilm a atteint les cibles financières pour 2008-2009 avant le délai qui avait été prévu, et que la nouvelle structure a grandement contribué à cette réussite.

Tous ces changements viennent appuyer les efforts déployés par Téléfilm pour clarifier, simplifier et améliorer l'administration. Ils garantissent une synergie renouvelée entre les principaux décideurs de Téléfilm, réduisant par le fait même le nombre d'étapes à franchir dans le processus décisionnel et ce, pour la plupart des secteurs. Cela facilitera la prise de décisions tout en améliorant l'efficacité générale de Téléfilm.



REVUE ET ANALYSE DE GESTION

TÉLÉFILM CANADA / RAPPORT ANNUEL 2008-2009 — REVUE ET ANALYSE DE GESTION

Déclaration de fiabilité et d'actualité de l'information

La revue et analyse de gestion est préparée par la direction. Elle a pour but de présenter des informations complémentaires aux états financiers, et de faire état de la performance passée et des perspectives d'avenir de Téléfilm. L'information présentée dans cette revue est factuelle et basée sur des éléments probants, pertinents et fiables. La revue est soumise au comité exécutif de gestion, au comité de vérification et des finances et, par la suite, entérinée par le conseil d'administration de Téléfilm. La revue est un complément d'information au *Rapport sur les réalisations de 2008-2009, Objectif #3 : être un bon administrateur*, ainsi qu'aux états financiers, qui sont vérifiés par la vérificatrice générale du Canada. Les états financiers sont présentés à la page 74.

Estimations comptables importantes

Dans le cadre de l'établissement des états financiers, la direction procède à des estimations et établit des hypothèses qui ont une incidence marquée sur les montants présentés. L'évaluation de la provision pour créances irrécouvrables, le calcul de l'obligation au titre des indemnités de départ et l'évaluation des passifs reliés aux éventualités sont parmi les éléments les plus importants.

Adoption de nouvelles normes comptables

Le 1^{er} avril 2008, Téléfilm a adopté les chapitres suivants du Manuel de comptabilité de l'Institut Canadien des Comptables Agréés :

- Chapitre 1400, *Normes générales de présentation des états financiers*
- Chapitre 1535, *Informations à fournir concernant le capital*
- Chapitre 3862, *Instruments financiers – informations à fournir*
- Chapitre 3863, *Instruments financiers – présentation*

L'application de ces nouvelles normes n'a pas eu d'effet sur les résultats financiers de Téléfilm.

Normes internationales d'information financière (IFRS)

Au regard des normes comptables applicables, Téléfilm devra présenter ses états financiers de l'exercice se terminant le 31 mars 2012 selon les IFRS. Les données comparatives devront aussi être présentées conformément aux IFRS. À cet égard, Téléfilm a commencé l'élaboration d'un plan de mise en œuvre d'intégration et de transition vers les IFRS. Selon ce plan, Téléfilm sera en mesure d'entreprendre la collecte des informations financières conformes aux IFRS en date du 1^{er} avril 2010, aux fins des données comparatives.

Téléfilm complète présentement l'évaluation des différences entre les principes comptables généralement reconnus et les IFRS applicables. À cet égard, Téléfilm a identifié certains éléments ayant une incidence importante sur ses états financiers, et fera appel aux services d'experts comptables qualifiés pour approfondir ces éléments.

La revue financière

L'exercice 2008-2009 doit être qualifié de positif, en effet, le total des dépenses de support a connu une augmentation notable de 5,1 millions de dollars, passant de 108,6 millions de dollars à 113,7 millions de dollars. La hausse provient de l'accroissement des dépenses du Fonds du long métrage du Canada (FLMC) 4,3 millions de dollars, et du Fonds des nouveaux médias du Canada (FNMC) 3,2 millions de dollars. Les récupérations dégagées des investissements et avances sont quant à elles passées de 15,0 millions de dollars en 2007-2008, à 12,7 millions de dollars en 2008-2009. Ce déclin de 2,3 millions de dollars est essentiellement dû à l'augmentation de la perte sur créances irrécouvrables provenant du FLMC et à la cessation des activités de récupération provenant du Programme de participation au capital du FCT.

Les sections suivantes exposent sommairement les dépenses de support, les sources de financement, les récupérations et les perspectives futures du FLMC et du FNMC. Également inclus, une analyse des tendances et variations des frais de fonctionnement et d'administration, du financement gouvernemental et des revenus, du résultat net, du bilan, des flux de trésorerie ainsi que la gestion des risques. Un comparatif de trois exercices est présenté dans les cas jugés pertinents.

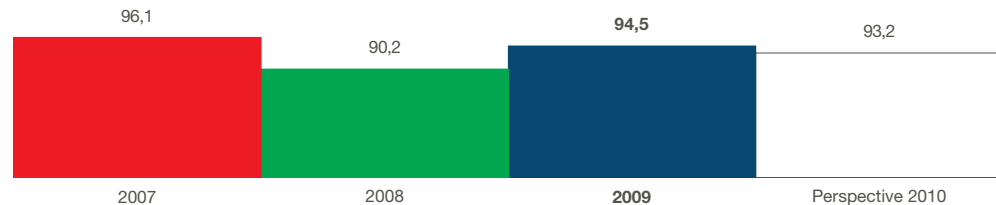
Fonds du long métrage du Canada

Les dépenses de support du FLMC ont excédé celles de l'exercice précédent, passant de 90,2 millions de dollars à 94,5 millions de dollars. Cette augmentation provient principalement des financements effectués dans le cadre des programmes de production, de distribution et de mise en marché, ainsi que du programme dédié aux longs métrages indépendants à petit budget. Le détail des dépenses est présenté à l'annexe A des états financiers. Le graphique des dépenses de support démontre la faible fluctuation des dépenses au fil du temps, la variation maximale sur trois exercices ne représentant que $\pm 6\%$ en valeur absolue; cela illustre les efforts constants de la direction afin d'investir l'ensemble des sommes disponibles annuellement.

Le graphique suivant illustre les sources de financement utilisées pour le FLMC. La principale source est le crédit parlementaire qui a assuré 90 % du financement de l'exercice. Les fluctuations du crédit parlementaire au cours des exercices proviennent de transferts budgétaires internes. Téléfilm a par ailleurs utilisé 9,1 millions de dollars provenant des récupérations pour assurer le financement de projets additionnels. Cette capacité de réinvestissement provenant des récupérations est importante pour la Société et l'industrie puisqu'elle produit un effet multiplicateur des projets financés à même les deniers publics.

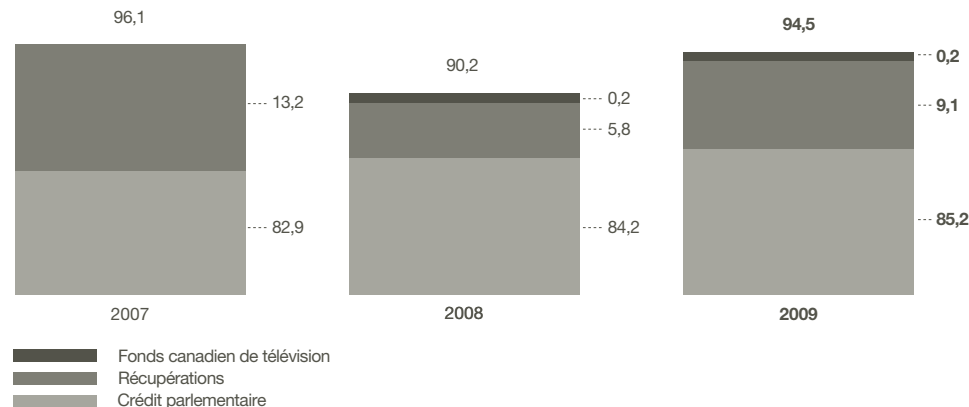
FLMC : Dépenses de support

(en millions de dollars)



FLMC : Sources de financement des dépenses de support

(en millions de dollars)



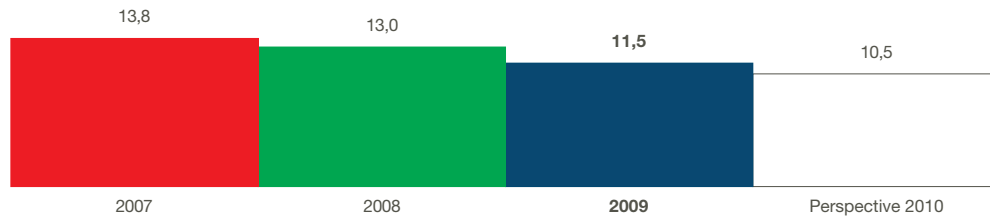
Fonds des nouveaux médias du Canada

Les récupérations enregistrées au cours de l'exercice 2008-2009 ont diminué de 1,5 million de dollars. Cette baisse est imputable essentiellement à des pertes sur créances irrécouvrables élevées en lien avec le secteur de la distribution. Toutefois, compte non tenu des pertes sur créances irrécouvrables, la somme totale des récupérations de l'exercice demeure comparable à celle de l'exercice 2007-2008. Téléfilm établit des projections de revenus prudentes similaires à celles des années précédentes afin d'éviter de surévaluer ses cibles budgétaires. À cet effet, et compte tenu des conditions économiques actuelles, Téléfilm ne prévoit pas de réduction importante des récupérations futures.

Les dépenses de support de 2008-2009 du FNMC ont augmenté de 3,2 millions de dollars par rapport à celles de 2007-2008, soit 32 %. Cette forte augmentation s'explique par le renouvellement tardif de l'entente de contribution applicable à l'exercice 2007-2008, soit en juin 2007. Cela avait donné lieu à un moratoire de trois mois sur les activités du Fonds, et réduit par le fait même les sommes enregistrées aux dépenses de cet exercice. D'ailleurs, les dépenses de l'exercice 2008-2009 sont comparables à celles de l'exercice 2006-2007.

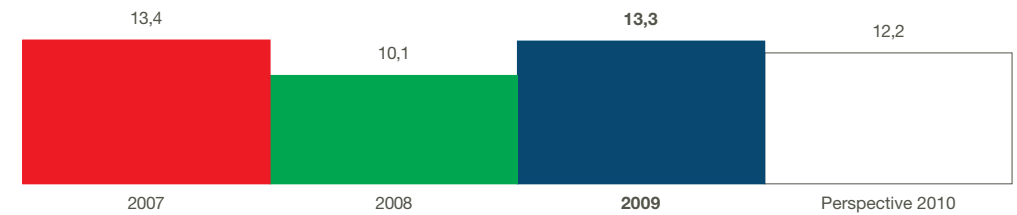
FLMC : Récupérations

(en millions de dollars)



FNMC : Dépenses de support

(en millions de dollars)



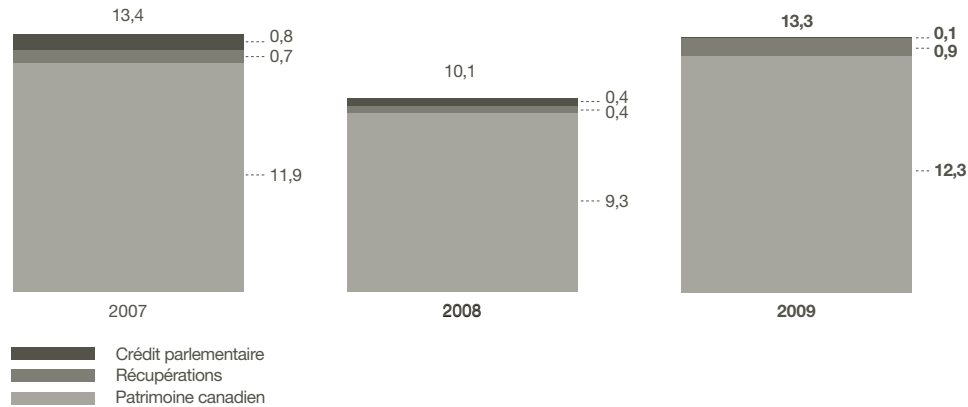
Téléfilm doit remettre au Trésor du Canada toutes les récupérations issues du FNMC, et ce, depuis l'exercice 2007-2008, ce qui explique l'absence de récupérations présentée à l'annexe B des états financiers. Pour l'exercice 2008-2009, Téléfilm a remis près de 0,5 million de dollars au titre de récupérations aux autorités fédérales conformément à cette exigence.

Avec la création du nouveau Fonds des médias du Canada en 2010-2011, le FNMC en sera à son dernier exercice en 2009-2010.

Les dépenses du FNMC sont financées à hauteur de 12,3 millions de dollars dans le cadre de l'entente de contribution du ministère du Patrimoine canadien, soit 92 %, et par les récupérations provenant des exercices antérieurs à 2007-2008. Le FNMC a reçu du financement supplémentaire provenant du crédit parlementaire, aux fins d'une initiative spéciale.

FNMC : Sources de financement des dépenses de support

(en millions de dollars)

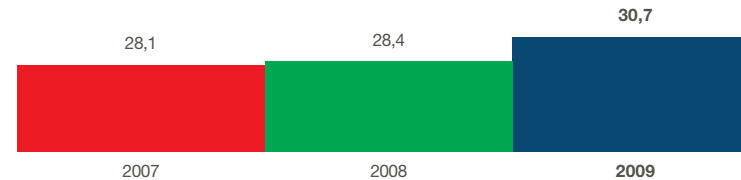


Frais de fonctionnement et d'administration

L'ensemble des frais de fonctionnement et d'administration est présenté à l'annexe E des états financiers. Globalement, ces dépenses s'établissent à 30,7 millions de dollars pour 2008-2009, une hausse de 8 % comparativement aux 28,4 millions de dollars de dépenses encourues en 2007-2008. Cette augmentation est directement attribuable aux charges salariales ainsi qu'aux honoraires professionnels. Les dépenses d'honoraires professionnels ont été particulièrement élevées en 2008-2009. Téléfilm a enregistré certaines charges et a eu recours aux services de professionnels qualifiés ne pouvant être comblés par les ressources à l'interne, notamment concernant les mandats de vérification interne et l'application de la *Loi sur l'accès à l'information*. Il est à noter que l'ensemble des autres dépenses sont à la baisse pour l'exercice 2008-2009. Téléfilm s'attend à une diminution des frais de fonctionnement et d'administration pour l'exercice 2009-2010.

Frais de fonctionnement et d'administration

(en millions de dollars)



Financement gouvernemental et revenus

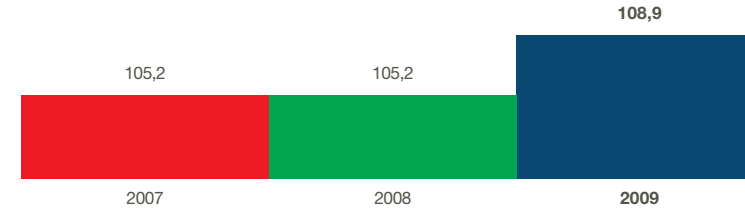
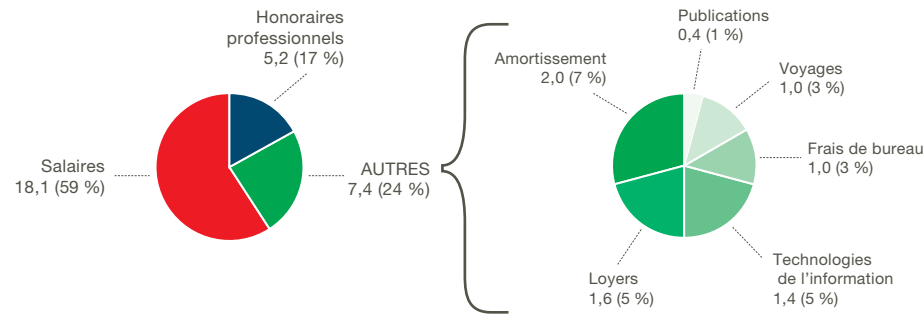
Le graphique suivant présente les frais de fonctionnement et d'administration selon leur importance en termes monétaires. Fait à noter, plus de 72 % des dépenses de fonctionnement et d'administration sont considérées directement liées à la livraison des programmes.

Le financement de Téléfilm provient de plusieurs sources, dont les principales sont le crédit parlementaire, les ententes de contribution avec le ministère du Patrimoine canadien et le revenu d'honoraires de gestion provenant du FCT.

Frais de fonctionnement et d'administration 30,7 millions de dollars

Évolution du crédit parlementaire

(en millions de dollars)



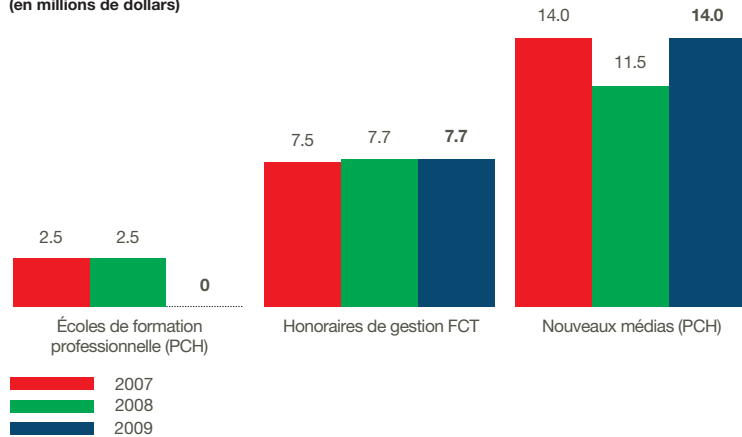
Le crédit parlementaire est en hausse de 3,7 millions de dollars pour 2008-2009. Il faut rappeler que le crédit parlementaire est la somme des montants constatés aux résultats et à l'aide gouvernementale reportée présentée à la note 8 aux états financiers. La hausse provient d'un ajustement aux charges salariales et d'un transfert du ministère du Patrimoine canadien pour financer le programme national de formation dans le secteur du film et de la vidéo, et ceci pour une dernière année.

Les autres sources de financement ont également subi des variations notables. Le financement du FNMC a augmenté de 2,5 millions de dollars en 2008-2009 pour retrouver un niveau comparable à celui de 2006-2007.

Il faut rappeler que compte tenu du renouvellement tardif de l'entente, l'ensemble des dépenses et du financement du FNMC avait été revu à la baisse pour 2007-2008. Pour 2009-2010, Téléfilm disposera d'un budget similaire à celui de 2008-2009.

Autres sources de financement importantes

(en millions de dollars)



Les honoraires de gestion du FCT demeurent stables et représentent les revenus tirés des frais de gestion liés à la livraison des programmes du FCT.

En dernier lieu, une entente de contribution spécifique avec le ministère du Patrimoine canadien finançait antérieurement le programme des écoles de formation professionnelle. Pour 2008-2009, le financement de ce programme a été obtenu par le crédit parlementaire. Ce programme ne sera pas renouvelé en 2009-2010.

Résultat net

Le résultat net d'exploitation se chiffre à 1,4 million de dollars, présentant une diminution de 5,9 millions de dollars par rapport à 2007-2008. Le résultat net est principalement influencé par le niveau de réinvestissement annuel des récupérations. En effet, les calendriers de production se déroulent sur plus d'un exercice financier et ne correspondent pas au cycle financier de Téléfilm, ce qui influence grandement les sorties de fonds, et par ricochet, le résultat net. Le graphique du résultat net d'exploitation présente les composantes du surplus ou du déficit par Fonds. Les récupérations reçues en cours d'exercice et qui ne sont pas réinvesties au cours du même exercice donnent lieu à des résultats nets positifs. Cela s'applique au FLMC et aux autres fonds pour l'exercice 2008-2009, démontrant que Téléfilm n'a pas pleinement utilisé les récupérations de l'exercice.

Résultat net d'exploitation 1,4 million de dollars



Nonobstant ce qui précède, il s'agit de bons résultats, particulièrement pour le FLMC et le FNMC. Le résultat du FLMC démontre que la direction a réinvesti dans les dépenses de support près de 80 % des récupérations obtenues au cours de l'exercice. Le surplus représente les sommes non encore réinvesties. Pour ce qui est du FNMC, le résultat indique que Téléfilm a financé certaines dépenses à l'aide de récupérations accumulées au cours des exercices antérieurs.

Par ailleurs, le déficit d'exercice présenté pour les dépenses administratives est calculé selon la méthode de comptabilité d'exercice plutôt que selon la méthode de calcul communément appelée « base de caisse modifiée » qui doit être utilisée pour calculer l'atteinte de l'équilibre budgétaire des dépenses administratives. Ainsi, le déficit administratif présenté provient de provisions comptables qui seront financées lorsque déboursées.

Bilan

Écarts significatifs (en millions de dollars)	2009	2008	Δ\$
ACTIF			
À recevoir du Canada	47,3	37,4	9,9
Débiteurs	4,8	6,2	(1,4)
À recevoir du Fonds canadien de la télévision	2,4	2,2	
Contributions à recevoir du ministère du Patrimoine canadien	0,7	5,6	(4,9)
Frais payés d'avance	1,9	1,9	
Débiteurs à long terme	–	0,2	
Immobilisations corporelles	3,7	4,4	
Actifs incorporels	2,5	3,6	(1,1)
	63,3	61,5	1,8
PASSIF ET AVOIR DU CANADA			
Créditeurs et frais courus	4,6	2,3	2,3
Avantages incitatifs reportés sur bail	0,6	0,8	
Obligation au titre des indemnités de départ	1,5	1,4	
Aide gouvernementale reportée	6,2	8,0	(1,8)
Avoir du Canada	50,4	49,0	1,4
	63,3	61,5	1,8

Le total de l'actif a connu un accroissement de 1,8 million de dollars au cours de l'exercice. Cette augmentation est essentiellement attribuable aux activités de trésorerie concernant le solde à recevoir du Canada, qui s'est accru de 9,9 millions de dollars pour cumuler à 47,3 millions de dollars. Cette somme représente 75 % des actifs et confirme la solidité du bilan de Téléfilm. Ces fonds serviront à pourvoir aux engagements contractuels des fonds et programmes (note 10 aux états financiers). L'accroissement de cette encaisse est commenté à la section suivante : Flux de trésorerie.

Les autres éléments importants du bilan sont les débiteurs de 4,8 millions de dollars et le montant recevable du FCT de 2,4 millions de dollars. Ces postes font partie des activités courantes.

Les débiteurs ainsi que les contributions à recevoir du ministère du Patrimoine canadien ont connu des diminutions marquées. Elles s'expliquent respectivement par le règlement d'un compte en souffrance important, par une augmentation de la provision pour créance irrécouvrable, et par un suivi assidu des sommes à recouvrer du ministère du Patrimoine canadien.

L'amortissement des actifs incorporels (logiciels et licences) explique l'essentiel du dernier écart prononcé relié aux actifs.

Quant à l'augmentation notable des créditeurs et frais courus, elle s'explique par la hausse des montants payables pour des services rendus au 31 mars sur les projets en production et par l'inscription de frais courus liés à certaines réclamations.

Par ailleurs, l'aide gouvernementale reportée est constatée aux résultats et amortie sur la même méthode que les immobilisations et actifs incorporels, ce qui explique principalement la variation de 1,8 million de dollars.

L'avoir du Canada s'élève à 50,4 millions de dollars et représente 80 % des passifs et de l'avoir du Canada. Sa variation est directement tributaire du résultat net positif de l'exercice, établi à 1,4 million de dollars. L'avoir est composé principalement des récupérations accumulées provenant des investissements et avances qui ne sont pas encore réinvestis et inscrits aux résultats comme dépenses de support. Il est opportun de rappeler que les calendriers de production des projets financés ne sont pas synchronisés avec l'exercice financier de Téléfilm, ce qui génère à la fois des engagements financiers (note 10 aux états financiers) et des surplus temporaires à l'avoir du Canada.

Flux de trésorerie

Les activités d'exploitation ont généré des flux de trésorerie positifs de plus de 9,9 millions de dollars en 2008-2009. Le résultat net positif de l'exercice, de 1,4 million de dollars, ainsi que la gestion rigoureuse des comptes à recevoir, particulièrement celui du ministère du Patrimoine canadien, ont contribué au maintien de cette position de trésorerie au 31 mars. Le solde d'encaisse de 47,3 millions de dollars représente la position de trésorerie la plus élevée à ce jour. Ces sommes accumulées serviront au financement des projets auxquels Téléfilm est engagée contractuellement.

(en millions de dollars)	2009	2008	Δ\$
À recevoir du Canada au début	37,4	24,3	+ 13,1
Activités d'exploitation	9,9	13,1	- 3,2
Activités de financement	0,2	1,9	- 1,7
Activités d'investissement	(0,2)	(1,9)	+ 1,7
À recevoir du Canada à la fin	47,3	37,4	+ 9,9

Gestion des risques

La gestion des risques s'appuie sur les principes énoncés dans le *Cadre de gestion intégrée du risque* émis par le Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada¹. Selon celui-ci, quatre éléments fondamentaux doivent être considérés, soit l'élaboration du profil de risque de Téléfilm, la création d'une fonction de gestion intégrée du risque, la pratique d'une gestion intégrée du risque et le perfectionnement continu en matière de gestion du risque.

L'élaboration du profil de risque de Téléfilm relève du conseil d'administration. La direction contribue à la préparation de celui-ci qui s'appuie notamment sur l'évaluation de facteurs externes et internes permettant l'analyse du contexte dans lequel Téléfilm mène ses activités en tenant compte de son mandat, de ses objectifs et des résultats prévus. Cette étape permet de faire le recensement des principaux risques et d'évaluer la capacité de Téléfilm à y faire face.

La fonction de gestion intégrée du risque relève d'un comité formé de hauts dirigeants de chacun des secteurs opérationnels, financiers et administratifs. Ce comité est chargé de définir et évaluer les risques en fonction des objectifs stratégiques à atteindre et du profil de Téléfilm. Il a également la responsabilité de promouvoir les principes de gestion des risques et d'assurer une communication claire des pratiques et des procédures s'y rattachant. Ce comité est appuyé par le secteur de l'information, performance et risques qui est responsable de la mise en place d'un plan annuel de gestion des risques en déterminant les contrôles à mettre en place et en assurant un suivi régulier de leur implantation et de leur efficacité, par des évaluations subséquentes. Ce secteur doit également assurer une compréhension et une communication uniforme en ce qui a trait à la gestion de risques.

¹ *Cadre de gestion intégrée du risque*, Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada, avril 2001, disponible à l'adresse www.tbs-sct.gc.ca/rm-gr.

Processus de gestion des risques

La gestion de risques fait partie intégrante des opérations de Téléfilm, et elle est intégrée à tous les niveaux et de façon continue. Annuellement, le comité définit et évalue les risques pouvant influencer la bonne conduite des opérations et l'atteinte des résultats escomptés en fonction de leur probabilité d'occurrence ainsi que de leur impact sur Téléfilm. Les résultats de cet exercice donnent lieu à un plan d'action, lequel est approuvé par le comité exécutif de gestion et est communiqué à l'échelle de Téléfilm. Il assure l'affectation plus efficace des ressources en fonction des priorités et des objectifs d'entreprise.

Téléfilm fait face à quatre types de risques majeurs : les risques stratégiques, organisationnels, financiers et opérationnels.

Les **risques stratégiques** sont ceux qui entravent l'atteinte des objectifs de Téléfilm. Les éléments qui pourraient avoir une incidence sur l'atteinte de ceux-ci sont, entre autres, des changements dans les besoins des clients et partenaires, des modifications à la réglementation et au mandat de Téléfilm ou à l'entente de services avec le FCT.

Cette année a été marquée par l'annonce de la création du Fonds des médias du Canada issu de la fusion du FCT et du FNMC et qui entrera en activité en avril 2010. Téléfilm assure une vigie continue des changements à la réglementation afin d'en minimiser l'impact occasionné par ceux-ci.

Les **risques organisationnels** concernent les coûts et les pertes associés à une structure organisationnelle non optimale (gestion des ressources humaines, gestion des connaissances et des compétences, valeurs et règles de conduite). La structure de Téléfilm est flexible afin de bien répondre à l'évolution du marché et qu'elle s'aligne avec les objectifs et le mandat. C'est dans cette perspective que la structure de gestion a été revue afin de mieux définir les zones d'imputabilité des différents secteurs de Téléfilm pour une plus grande efficacité et transparence.

Les **risques financiers** sont associés aux pertes découlant d'une mauvaise gestion des finances de Téléfilm. La direction de Téléfilm s'appuie sur les systèmes et pratiques en place, qui assurent la qualité de l'information financière utilisée pour fins de gestion. Des rapports de gestion mensuels et trimestriels assurent un suivi rigoureux des aspects financiers tels les suivis budgétaires.

Téléfilm agit de façon proactive en ce qui a trait au suivi des normes et de la réglementation en matière de présentation et de comptabilisation de l'information financière. À cet égard, un groupe de travail a été mis sur pied pour collaborer avec des experts externes afin d'évaluer les impacts de l'application des normes IFRS.

Les **risques opérationnels** proviennent d'une défaillance du contrôle interne ou des systèmes associés aux activités quotidiennes. La documentation et la révision annuelle des politiques et des procédures opérationnelles, le programme annuel de contrôle de qualité et de conformité à ces politiques et procédures, ainsi que les programmes de formation des employés, permettent de faire face à ces risques inhérents. Une rationalisation du nombre de procédures, associée à la nouvelle structure des opérations a contribué à améliorer l'uniformité et l'efficacité des pratiques de gestion des programmes et ainsi réduire les risques opérationnels.

Perspectives d'avenir

Avec le réalignement de la structure organisationnelle, Téléfilm s'engage à mettre en œuvre les stratégies, tactiques et plans opérationnels qui assureront la viabilité et la pertinence à long terme. À cet effet, Téléfilm s'est déjà positionnée comme un partenaire incontournable de l'industrie audiovisuelle canadienne et s'applique à consolider sa position.

Les priorités pour 2009-2010 se concentrent sur les ayant droits et les employés :

- mener un sondage national auprès des clients et autres interlocuteurs en vue d'obtenir leurs commentaires sur les programmes et les services et de nourrir l'élaboration du prochain plan d'entreprise quinquennal;
- continuer d'offrir un excellent service aux clients et partenaires des secteurs de la télévision et des médias interactifs en assurant une transition harmonieuse vers le nouveau Fonds des médias du Canada en avril 2010;
- accroître les activités de coproduction et l'exploitation des marchés émergents ainsi que le développement de nouvelles initiatives destinées à augmenter l'accès aux films canadiens sur des plateformes multiples;
- répondre aux exigences de la vérificatrice générale du Canada dans le cadre de la vérification spéciale de Téléfilm;
- procéder à la mise en œuvre du plan directeur des ressources humaines.

RÉTROSPECTIVE DES SEPT DERNIERS EXERCICES

État des résultats et du résultat étendu

(en milliers de dollars)	2009	2008	2007	2006	2005	2004	2003
DÉPENSES DE SUPPORT							
Fonds du long métrage du Canada	94 476	90 179	96 096	74 573	79 304	91 875	78 866
Fonds des nouveaux médias du Canada	13 314	10 100	13 356	12 445	8 608	9 737	8 469
Autres Fonds	5 896	6 167	6 838	5 945	5 690	5 535	7 859
Fonds canadien de télévision – Programme de participation au capital	–	2 170	21 930	107 673	109 890	110 043	114 206
Programme des entrepreneurs de la musique	–	–	–	–	5 389	8 797	4 355
Dépenses de support	113 686	108 616	138 220	200 636	208 881	225 987	213 755
Récupérations nettes	(12 707)	(15 019)	(27 268)	(26 214) ²	(24 764)	(19 823)	(22 392) ¹
Frais de fonctionnement et d'administration	30 671	28 402	28 066	23 996 ²	23 788	22 413	21 614 ¹
Coût de l'exploitation	131 650	121 999	139 018	198 418	207 905	228 577	212 977
FINANCEMENT GOUVERNEMENTAL ET REVENUS							
Crédit parlementaire	108 699	103 308	103 053	122 476	126 300	123 419	134 953
Honoraires de gestion provenant du Fonds canadien de télévision	7 740	7 699	7 544	–	–	–	–
Contribution du Fonds canadien de télévision	192	1 073	6 930	13 082	2 000	24 509	26 761
Ministère du Patrimoine canadien :							
Fonds canadien de télévision – Programme de participation au capital	–	–	–	49 775	49 775	49 775	47 275
Fonds des nouveaux médias du Canada	13 970	11 500	14 000	14 000	8 907	9 656	7 452
Programme des entrepreneurs de la musique	–	–	–	175	5 443	9 560	5 740
Écoles de formation professionnelle	–	2 519	2 516	2 550	2 550	2 550	2 795
Autres contributions	81	25	135	–	–	–	–
Amortissement de l'aide gouvernementale reportée	2 016	2 626	2 540	2 241	2 182	1 961	1 498
Autres revenus	364	591	654	933	671	441	909
	133 062	129 341	137 372	205 232	197 828	221 871	227 383
Résultat net d'exploitation et résultat étendu	1 412	7 342	(1 646)	6 814	(10 077)	(6 706)	14 406

1 Ces données financières n'ont pas été redressées pour les conformer à la présentation adoptée en 2006 et 2005.

2 Ces données financières ont été redressées pour les conformer à la présentation adoptée en 2007.

Bilan

(en milliers de dollars)	2009	2008	2007	2006	2005	2004	2003
ACTIF							
À recevoir du Canada	47 279	37 365	24 348	35 238	14 783	–	8 854
À recevoir :							
Ministère du Patrimoine canadien	725	5 571	6 210	4 656	18 502	30 664	15 381
Fonds canadien de télévision	2 365	2 164	9 154	–	2 000	24 509	26 761
Débiteurs, frais payés d'avance et prêts	6 737	8 162	7 283	7 500	6 771	8 289	10 108
Débiteurs à long terme, prêts et investissements	–	182	55	268	164	243	428
Immobilisations corporelles	3 688	4 409 ¹	8 741	9 135	8 991	9 194	6 714
Actifs incorporels	2 532	3 601 ¹	–	–	–	–	–
	63 326	61 454	55 791	56 797	51 211	72 899	68 246
PASSIF ET AVOIR DU CANADA							
À payer au Canada	–	–	–	–	–	8 551	–
Créditeurs et frais courus	4 573	2 290	3 247	2 072	3 639	6 544	6 388
Avantages incitatifs reportés sur bail	646	791	943	1 167	1 183	1 322	1 292
Obligation au titre des indemnités de départ	1 481	1 369	1 208	1 125	914	727	585
Aide gouvernementale reportée	6 220	8 010	8 741	9 135	8 991	9 194	6 714
Avoir du Canada	50 406	48 994	41 652	43 298	36 484	46 561	53 267
	63 326	61 454	55 791	56 797	51 211	72 899	68 246

1 Seules ces données financières ont été redressées pour les conformer à la présentation adoptée en 2009.

ÉTATS FINANCIERS

Exercice terminé le 31 mars 2009

75	Rapport de la direction
75	Rapport du vérificateur
76	État des résultats, du résultat étendu et de l'avoir du Canada
77	Bilan
77	État des flux de trésorerie
78	Notes complémentaires aux états financiers

Autres renseignements :

85	Annexe A – Fonds du long métrage du Canada
85	Annexe B – Fonds des nouveaux médias du Canada
86	Annexe C – Autres Fonds
86	Annexe D – Fonds canadien de télévision – Programme de participation au capital
86	Annexe E – Frais de fonctionnement et d'administration
87	Annexe F – Frais de fonctionnement des principaux programmes
87	Annexe G – Contributions du ministère du Patrimoine canadien

RAPPORT DE LA DIRECTION

Les états financiers de Téléfilm Canada sont la responsabilité de la direction et ont été approuvés par le Conseil d'administration de la Société. Les états financiers ont été dressés selon les principes comptables généralement reconnus du Canada et, lorsque cela est approprié, comprennent des estimations fondées sur l'expérience et le jugement de la direction. La direction est également responsable de tous les autres renseignements présentés dans le rapport annuel et de leur concordance avec les états financiers.

La direction maintient des systèmes comptables, financiers, de contrôle de gestion et d'information, de même que des pratiques de gestion conçus pour fournir une assurance raisonnable que des informations fiables et pertinentes sont disponibles au moment opportun; que les actifs sont protégés et contrôlés; que les ressources sont gérées de façon économique et efficiente en vue de la réalisation des objectifs de la Société et que l'exploitation est menée efficacement. Les systèmes de contrôle interne sont soumis à l'examen périodique des vérificateurs internes de la Société. Ces systèmes et pratiques sont également conçus pour fournir une assurance raisonnable que les opérations sont conformes à la partie VIII de la *Loi sur l'administration financière*, chapitre F-10 des Statuts révisés du Canada de 1970, dans sa version antérieure au 1^{er} septembre 1984 comme si elle n'avait pas été abrogée et comme si la Société était mentionnée à l'annexe C de cette loi, aux dispositions pertinentes de la partie X de la *Loi sur la gestion des finances publiques*, à la *Loi sur Téléfilm Canada*, aux règlements administratifs et aux politiques de la Société.

Le Conseil d'administration est responsable de s'assurer que la direction s'acquitte de ses responsabilités en matière de présentation de l'information financière tel que précisé ci-dessus. Le Conseil assume cette charge par l'entremise du Comité de vérification et des finances qui est composé d'administrateurs dont aucun n'est membre de la direction. Le Comité revoit les états financiers trimestriels, ainsi que les états financiers annuels et tous les rapports s'y rattachant et peut faire des recommandations au Conseil d'administration à l'égard de ceux-ci et/ou d'affaires connexes. Également, le Comité se réunit périodiquement avec les vérificateurs interne et externe et avec la direction pour examiner l'étendue de la vérification et pour évaluer les comptes rendus de leurs vérifications.

Le vérificateur externe, la vérificatrice générale du Canada, effectue une vérification indépendante des états financiers et présente son rapport à la Société et au ministre du Patrimoine canadien et des Langues officielles.



S. Wayne Clarkon
Directeur général

Montréal, Canada
Le 5 juin 2009



Carolle Brabant, CA, MBA
Directrice, Administration et Services d'entreprise

RAPPORT DU VÉRIFICATEUR

Au ministre du Patrimoine canadien et des Langues officielles

J'ai vérifié le bilan de Téléfilm Canada au 31 mars 2009 et les états des résultats, du résultat étendu et de l'avoir du Canada et des flux de trésorerie de l'exercice terminé à cette date. La responsabilité de ces états financiers incombe à la direction de la Société. Ma responsabilité consiste à exprimer une opinion sur ces états financiers en me fondant sur ma vérification.

Ma vérification a été effectuée conformément aux normes de vérification généralement reconnues du Canada. Ces normes exigent que la vérification soit planifiée et exécutée de manière à fournir l'assurance raisonnable que les états financiers sont exempts d'inexactitudes importantes. La vérification comprend le contrôle par sondages des éléments probants à l'appui des montants et des autres éléments d'information fournis dans les états financiers. Elle comprend également l'évaluation des principes comptables suivis et des estimations importantes faites par la direction, ainsi qu'une appréciation de la présentation d'ensemble des états financiers.

À mon avis, ces états financiers donnent, à tous les égards importants, une image fidèle de la situation financière de la Société au 31 mars 2009 ainsi que des résultats de son exploitation et de ses flux de trésorerie pour l'exercice terminé à cette date selon les principes comptables généralement reconnus du Canada. Conformément aux exigences de la *Loi sur la gestion des finances publiques*, je déclare qu'à mon avis ces principes ont été appliqués de la même manière qu'au cours de l'exercice précédent.

De plus, à mon avis, les opérations de la Société dont j'ai eu connaissance au cours de ma vérification des états financiers ont été effectuées, à tous les égards importants, conformément aux dispositions pertinentes de la partie X de la *Loi sur la gestion des finances publiques*, à la *Loi sur Téléfilm Canada* et aux règlements administratifs de la Société.

Pour la vérificatrice générale du Canada,



Sylvain Ricard, CA auditeur
vérificateur général adjoint

Montréal, Canada
Le 5 juin 2009

ÉTAT DES RÉSULTATS, DU RÉSULTAT ÉTENDU ET DE L'AVOIR DU CANADA

Exercice terminé le 31 mars 2009

En milliers de dollars	Annexe	2009	2008
Dépenses de support			
Fonds du long métrage du Canada	A	94 476	90 179
Fonds des nouveaux médias du Canada	B	13 314	10 100
Autres fonds	C	5 896	6 167
Fonds canadien de télévision – Programme de participation au capital	D	–	2 170
		113 686	108 616
Récupérations nettes	A,B,C	(12 707)	(15 019)
Dépenses de support nettes		100 979	93 597
Frais de fonctionnement et d'administration	E	30 671	28 402
Coût de l'exploitation		131 650	121 999
Revenus			
Honoraires de gestion provenant du Fonds canadien de télévision		7 740	7 699
Revenus d'investissements		245	293
Contribution du Fonds canadien de télévision		192	1 073
Intérêts et autres revenus		119	298
		8 296	9 363
Coût net de l'exploitation avant financement gouvernemental		123 354	112 636
Financement gouvernemental			
Crédit parlementaire		108 699	103 308
Contributions du ministère du Patrimoine canadien	G	14 051	14 044
Amortissement de l'aide gouvernementale reportée (note 8)		2 016	2 626
		124 766	119 978
Résultat net d'exploitation et résultat étendu		1 412	7 342
Avoir du Canada au début		48 994	41 652
Avoir du Canada à la fin		50 406	48 994

Les notes complémentaires et les annexes font partie intégrante des états financiers.

BILAN

31 mars 2009

En milliers de dollars	Note	2009	2008
Actif			
Actif à court terme			
À recevoir du Canada		47 279	37 365
Débiteurs	4	4 813	6 222
À recevoir du Fonds canadien de télévision		2 365	2 164
Contributions à recevoir du ministère du Patrimoine canadien		725	5 571
Frais payés d'avance		1 924	1 940
		57 106	53 262
Débiteurs à long terme		-	182
Immobilisations corporelles	5	3 688	4 409
Actifs incorporels	5	2 532	3 601
		63 326	61 454
Passif et avoir du Canada			
Passif à court terme			
Créditeurs et frais courus	6	4 573	2 290
Passif à long terme			
Avantages incitatifs reportés sur bail		646	791
Obligation au titre des indemnités de départ	7	1 481	1 369
Aide gouvernementale reportée	8	6 220	8 010
		8 347	10 170
Avoir du Canada	9	50 406	48 994
		63 326	61 454

Engagements (note 10)

Éventualités (note 12)

Les notes complémentaires et les annexes font partie intégrante des états financiers.

Approuvé par le Conseil:



Michel Roy, Président

ÉTAT DES FLUX DE TRÉSORERIE

Exercice terminé le 31 mars 2009

En milliers de dollars	2009	2008
Activités d'exploitation		
Résultat net d'exploitation et résultat étendu	1 412	7 342
Éléments sans effet sur la trésorerie :		
Amortissement des immobilisations corporelles	721	577
Amortissement des actifs incorporels	1 295	1 708
Perte sur radiation d'immobilisations corporelles	-	341
Diminution des avantages incitatifs reportés sur bail	(145)	(152)
Augmentation de l'obligation au titre des indemnités de départ	112	161
Amortissement de l'aide gouvernementale reportée	(2 016)	(2 626)
	1 379	7 351
Variations des éléments hors caisse du fonds de roulement :		
Diminution (augmentation) des débiteurs	1 409	(472)
Diminution (augmentation) du montant à recevoir du Fonds canadien de télévision	(201)	6 990
Diminution des contributions à recevoir du ministère du Patrimoine canadien	4 846	639
Diminution (augmentation) des frais payés d'avance	16	(407)
Augmentation (diminution) des créditeurs et frais courus	2 283	(957)
Diminution (augmentation) des débiteurs à long terme	182	(127)
	9 914	13 017
Activités de financement		
Crédit parlementaire - aide gouvernementale	226	1 895
Activités d'investissement		
Acquisition d'actifs incorporels	(226)	-
Acquisition d'immobilisations corporelles	-	(1 895)
	(226)	(1 895)
Augmentation des liquidités	9 914	13 017
À recevoir du Canada au début	37 365	24 348
À recevoir du Canada à la fin	47 279	37 365

Les notes complémentaires et les annexes font partie intégrante des états financiers.

NOTES COMPLÉMENTAIRES AUX ÉTATS FINANCIERS

Exercice terminé le 31 mars 2009

1. Statut et activités

La Société a été constituée en 1967 par la *Loi sur Téléfilm Canada*. Elle a pour mission de favoriser et d'encourager le développement de l'industrie audiovisuelle au Canada, composée notamment des industries du long métrage, de la télévision et des nouveaux médias. La Société peut également agir dans le cadre d'accords conclus avec le ministère du Patrimoine canadien pour la prestation de services ou la gestion de programmes concernant les industries audiovisuelles ou de l'enregistrement sonore.

La Société est une société d'État régie, inter alia, par la partie VIII de la *Loi sur l'administration financière*, chapitre F-10 des Statuts révisés du Canada de 1970, dans sa version antérieure au 1^{er} septembre 1984 comme si elle n'avait pas été abrogée et comme si la Société était mentionnée à l'annexe C de cette loi. La Société est également assujettie à certaines dispositions de la partie X de la *Loi sur la gestion des finances publiques*.

2. Principales conventions comptables

Ces états financiers ont été dressés par la direction selon les principes comptables généralement reconnus du Canada. Les principales conventions comptables suivies par la Société sont les suivantes :

a) Dépenses de support

Les dépenses de support comprennent l'ensemble de l'aide accordée aux activités de l'industrie du long métrage, de la télévision et des nouveaux médias. Les dépenses de support sont effectuées principalement via des investissements, des avances à remboursement conditionnel et des subventions, et sont comptabilisées comme suit :

- i) Les investissements accordés en contrepartie d'une participation aux revenus d'exploitation et les avances à remboursement conditionnel sont constatés aux résultats dans l'exercice au cours duquel ils sont versés ou payables; ils sont tous constatés aux dépenses de support en raison de l'incertitude des sommes pouvant être recouvrées.
- ii) Les subventions sont constatées aux résultats dans l'exercice au cours duquel elles sont versées ou payables.

b) Récupérations

Les récupérations proviennent des avances recouvrées et des participations aux revenus d'exploitation découlant des investissements. Les récupérations sont constatées aux résultats au moment où elles sont exigibles. Toute récupération d'investissement qui excède le montant investi est comptabilisée comme revenu d'investissement. Les récupérations sont présentées nettes des pertes sur créances irrécouvrables et des frais encourus pour réaliser leur recouvrement.

c) Revenus

Honoraires de gestion

Les honoraires de gestion correspondent au remboursement des dépenses relatives à l'administration et à la livraison des programmes de financement du Fonds canadien de télévision. Les honoraires sont comptabilisés selon la méthode de la comptabilité d'exercice.

Contribution et intérêts et autres revenus

Les contributions et les intérêts et autres revenus sont comptabilisés selon la méthode de la comptabilité d'exercice.

d) Financement gouvernemental

La Société obtient des fonds par le biais d'un crédit parlementaire et de contributions du ministère du Patrimoine canadien. Le montant de crédit parlementaire utilisé pour financer les dépenses de support et les frais de fonctionnement et d'administration est constaté à l'état des résultats, du résultat étendu et de l'avoir du Canada. La portion de crédit parlementaire utilisée pour financer les acquisitions des immobilisations corporelles et des actifs incorporels est comptabilisée comme aide gouvernementale reportée au bilan et est amortie selon la même base que les actifs auxquels elle se rapporte. Le crédit parlementaire est comptabilisé jusqu'à concurrence des montants admissibles encourus.

Les contributions du ministère du Patrimoine canadien sont comptabilisées à l'état des résultats, du résultat étendu et de l'avoir du Canada jusqu'à concurrence des dépenses admissibles encourues.

NOTES COMPLÉMENTAIRES AUX ÉTATS FINANCIERS

Exercice terminé le 31 mars 2009

2. Principales conventions comptables (suite)

e) Montant à recevoir du Canada

Les opérations bancaires de la Société sont traitées par le Receveur Général du Canada et affectent le Trésor, d'où l'absence de comptes bancaires. Aux fins des états financiers, le résultat de l'ensemble des opérations bancaires est présenté au bilan comme compte à recevoir du Canada.

f) Immobilisations corporelles et actifs incorporels

Les immobilisations corporelles et les actifs incorporels sont comptabilisés au coût. Ils sont amortis linéairement en fonction de leur durée de vie utile respective selon les taux suivants :

Actif	Taux
Immobilisations corporelles	
Améliorations locatives	Durée des baux
Équipements technologiques	20 %
Mobilier	10 %
Actifs incorporels	
Logiciels et licences	14 % et 20 %

Les éléments d'actif reliés aux travaux en cours ne font pas l'objet d'un amortissement. Lorsque les travaux en cours sont achevés, les sommes relatives aux actifs sont reportées à la rubrique appropriée des immobilisations corporelles et actifs incorporels et sont amorties conformément à la politique de la Société.

g) Avantages sociaux futurs

Régime de retraite

Tous les employés admissibles participent au Régime de retraite de la fonction publique administré par le gouvernement du Canada. Les cotisations versées à titre d'employeur représentent le coût

complet pour la Société. Ce montant est équivalent à un multiple des cotisations versées par les employés et pourrait changer au fil du temps selon la situation financière du Régime. Les cotisations de la Société sont imputées à l'exercice au cours duquel les services sont rendus et représentent l'ensemble de ses obligations en matière de prestations de retraite. La Société n'est pas tenue de verser des cotisations au titre des insuffisances actuarielles du Régime de retraite de la fonction publique.

Indemnités de départ

Les employés ont droit à des indemnités de départ tel que le prévoient leurs conditions d'emploi. Le coût de ces indemnités est imputé aux résultats de l'exercice au cours duquel elles sont gagnées par les employés. La direction utilise des hypothèses et ses meilleures estimations pour calculer la valeur de l'obligation au titre des indemnités de départ. La principale hypothèse a trait à l'estimation de la proportion des employés qui bénéficieront de l'indemnité maximale admissible, laquelle est fonction du nombre d'années de service et du motif de la cessation d'emploi. Cette hypothèse est révisée annuellement. Ces indemnités constituent pour la Société la seule obligation de cette nature dont le règlement entraînera des paiements au cours des prochains exercices.

h) Instruments financiers

Les actifs financiers et les passifs financiers sont comptabilisés initialement à la juste valeur et leur évaluation ultérieure dépend de leur classement, comme il est décrit ci-après. Leur classement dépend de l'objet visé lorsque les instruments financiers ont été acquis ou émis, de leurs caractéristiques et de leur désignation par la Société.

Classification

Le montant à recevoir du Canada est classé comme étant détenu à des fins de transaction et toute variation de la juste valeur pendant la période est constatée dans les résultats.

Les montants à recevoir du Fonds canadien de télévision, les Contributions à recevoir du ministère du Patrimoine canadien et les Débiteurs sont désignés comme étant détenus à des fins de transaction et toute variation de la juste valeur est constatée aux résultats. Lorsque la valeur de rendement de l'argent n'est pas importante en raison du fait qu'il s'agit d'échéances à court terme, les sommes à recevoir sont comptabilisées au montant de la facture initiale moins la provision pour créances irrécouvrables.

NOTES COMPLÉMENTAIRES AUX ÉTATS FINANCIERS

Exercice terminé le 31 mars 2009

2. Principales conventions comptables (suite)

Les Débiteurs à long terme, nets de la provision pour créances irrécouvrables, sont désignés comme étant détenus à des fins de transaction et toute variation de la juste valeur est constatée dans les résultats.

Les Crédeurs et frais courus sont désignés comme étant détenus à des fins de transaction. Lorsque la valeur de rendement de l'argent n'est pas importante en raison du fait qu'il s'agit de crédeurs et de frais courus à court terme, les sommes à payer sont comptabilisées au montant de la facture initiale.

i) Incertitude relative à la mesure

La préparation d'états financiers selon les principes comptables généralement reconnus du Canada exige que la direction fasse des estimés et des hypothèses qui affectent les montants présentés comme actifs et passifs à la date des états financiers et les montants présentés comme revenus, financement gouvernemental et dépenses pendant la période de déclaration. La provision pour créances irrécouvrables, la durée de vie des immobilisations corporelles et actifs incorporels, l'obligation au titre des indemnités de départ et les éventualités sont les items les plus importants où des estimations sont utilisées. Les résultats réels peuvent différer de ces estimés de façon significative.

3. Adoption de nouvelles normes comptables

Le 1^{er} avril 2008, la Société a adopté les chapitres suivants du Manuel de comptabilité de l'Institut Canadien des Comptables Agréés (ICCA) : le chapitre 1400, *Normes générales de présentation des états financiers*, le chapitre 1535, *Informations à fournir concernant le capital*, le chapitre 3862, *Instruments financiers – informations à fournir*, et le chapitre 3863, *Instruments financiers – présentation*.

Le chapitre 1400, *Normes générales de présentation des états financiers*, a été modifié pour inclure les exigences relatives à l'évaluation et à la présentation de la capacité d'une entité à poursuivre son exploitation. Ces changements, incluant les exigences en matière de divulgation, n'ont eu aucune incidence sur les états financiers de la Société.

Le chapitre 1535, *Informations à fournir concernant le capital*, établit des lignes directrices pour la présentation d'informations qualitatives et quantitatives visant à permettre aux utilisateurs des états financiers d'évaluer les objectifs, politiques et procédures de gestion du capital de l'entité. L'adoption de ce chapitre concerne la présentation seulement et n'a aucune incidence sur les résultats financiers de la Société.

Les chapitres 3862 et 3863 remplacent le chapitre 3861, *Instruments financiers – informations à fournir et présentation*. Ces chapitres requièrent la présentation de renseignements supplémentaires concernant les catégories d'actifs et de passifs financiers ainsi qu'une analyse détaillée des risques liés aux instruments financiers de l'entité, y compris la façon dont l'entité gère ces risques. L'application de ces chapitres n'a pas eu d'effet sur les résultats financiers de la Société. Les renseignements supplémentaires requis sont présentés à la note 13, Instruments financiers.

Changements comptables futurs

a) Écarts d'acquisition et actifs incorporels

En février 2008, l'ICCA a publié le chapitre 3064, *Écarts d'acquisition et actifs incorporels*, remplaçant le chapitre 3062, *Écarts d'acquisition et autres actifs incorporels*. Ce chapitre s'applique aux états financiers intermédiaires et annuels des exercices ouverts à compter du 1^{er} octobre 2008. Le chapitre établit des normes de comptabilisation, d'évaluation et d'information applicables aux écarts d'acquisition et aux actifs incorporels.

La Société évalue actuellement les effets de l'adoption de ces nouvelles exigences sur ses états financiers futurs.

b) Normes internationales d'information financière

En février 2008, le Conseil des normes comptables du Canada a confirmé que le 1^{er} janvier 2011, les sociétés canadiennes ayant une obligation publique de rendre des comptes devront commencer à appliquer les Normes internationales d'information financière (IFRS) publiées par l'International Accounting Standards Board. Les IFRS reposent sur un cadre conceptuel semblable à celui sur lequel sont fondés les principes comptables généralement reconnus du Canada, mais elles présentent des différences importantes en ce qui a trait à la comptabilisation, à l'évaluation et aux informations à fournir. La Société évalue actuellement les possibles incidences de l'adoption des IFRS sur ses états financiers futurs.

NOTES COMPLÉMENTAIRES AUX ÉTATS FINANCIERS

Exercice terminé le 31 mars 2009

4. Débiteurs

En milliers de dollars	2009	2008
Débiteurs reliés aux récupérations	2 129	3 637
Taxes à récupérer	2 515	2 401
Autres débiteurs	169	184
	4 813	6 222

5. Immobilisations corporelles et actifs incorporels

En milliers de dollars	2009		2008	
	Coût	Amortissement cumulé	Valeur nette	Valeur nette
Immobilisations corporelles				
Améliorations locatives	4 595	1 636	2 959	3 546
Équipements technologiques et mobilier	1 159	430	729	863
	5 754	2 066	3 688	4 409
Actifs incorporels				
Logiciels et licences	14 499	11 967	2 532	3 601
	20 253	14 033	6 220	8 010

6. Crédeurs et frais courus

En milliers de dollars	2009	2008
Crédeurs reliés aux dépenses de support, fournisseurs et frais courus	4 326	2 052
Avantages incitatifs reportés sur bail à court terme	143	161
Obligation au titre des indemnités de départ à court terme	104	77
	4 573	2 290

7. Avantages sociaux futurs

a) Régime de retraite

La Société et tous les employés admissibles cotisent au Régime de retraite de la fonction publique. Ce régime offre des prestations fondées sur le nombre d'années de service et sur le salaire moyen de fin de carrière. Les prestations sont pleinement indexées selon la hausse de l'Indice des prix à la consommation. Les cotisations de la Société et des employés au Régime de retraite de la fonction publique se sont élevées à :

En milliers de dollars	2009	2008
Cotisations de la Société	1 860	1 903
Cotisations des employés	916	876

NOTES COMPLÉMENTAIRES AUX ÉTATS FINANCIERS

Exercice terminé le 31 mars 2009

7. Avantages sociaux futurs (suite)

b) Obligation au titre des indemnités de départ

La Société paie des indemnités de départ à ses employés fondées sur les années de service et le salaire en fin d'emploi. Ce régime n'étant pas provisionné, il ne détient aucun actif et présente un déficit égal à l'obligation au titre des indemnités constituées. Les indemnités seront payées à même les crédits parlementaires futurs et au moyen des autres sources de financement. À la date du bilan, les renseignements utiles à l'égard de ce régime sont les suivants :

En milliers de dollars	2009	2008
Solde au début	1 446	1 345
Coût des services rendus au cours de l'exercice	297	252
Indemnités versées au cours de l'exercice	(158)	(151)
Solde à la fin	1 585	1 446
Portion à court terme (incluse dans les créditeurs)	104	77
Portion à long terme	1 481	1 369
	1 585	1 446

8. Aide gouvernementale reportée

Le montant figurant au bilan est constitué des éléments suivants :

En milliers de dollars	2009	2008
Solde au début	8 010	8 741
Crédit parlementaire pour l'aide gouvernementale	226	1 895
Amortissement de l'aide gouvernementale reportée	(2 016)	(2 626)
Solde à la fin	6 220	8 010

9. Information concernant la gestion du capital

La Société définit son capital comme étant l'Avoir du Canada. La Société ne peut contracter d'emprunts, au sens de la partie X de la *Loi sur la gestion des finances publiques*, auprès d'autres personnes que Sa Majesté.

La Société gère l'Avoir du Canada en surveillant prudemment ses revenus, ses dépenses, ses actifs, ses passifs et ses transactions financières générales, de manière à ce que la Société atteigne efficacement ses buts et objectifs tout en demeurant en exploitation.

NOTES COMPLÉMENTAIRES AUX ÉTATS FINANCIERS

Exercice terminé le 31 mars 2009

10. Engagements

a) Projets

La Société est engagée contractuellement à verser des sommes dans les fonds suivants :

En milliers de dollars	Total
Fonds du long métrage du Canada	32 583
Fonds des nouveaux médias du Canada	738
Autres Fonds	532
	33 853

b) Baux

La Société a signé des baux à long terme pour la location de locaux et d'équipement dans le cadre de ses activités. Le total des paiements minimums exigibles qui sera versé au cours des prochains exercices s'établit comme suit :

En milliers de dollars	Total
2010	1 328
2011	1 913
2012	1 811
2013	1 594
2014	1 249
2015 – 2016	703
	8 598

11. Opérations entre apparentés

La Société est apparentée en termes de propriété commune à tous les ministères, organismes et sociétés d'État créés par le gouvernement du Canada. La Société s'engage dans des opérations avec ces entités dans le cours normal de ses activités, celles-ci sont constatées selon la valeur de l'échange, qui est la contrepartie établie et acceptée par les entités apparentées.

12. Éventualités

Dans le cours normal de son exploitation, la Société fait occasionnellement l'objet de réclamations et de poursuites judiciaires dont elle ne peut prédire l'issue avec certitude. La direction a constitué, dans les comptes visés, des provisions qu'elle juge suffisantes et est d'avis que la résolution de telles éventualités ne devrait pas avoir d'incidence défavorable importante sur la situation financière de la Société.

NOTES COMPLÉMENTAIRES AUX ÉTATS FINANCIERS

Exercice terminé le 31 mars 2009

13. Instruments financiers

Juste valeur

Le montant à recevoir du Canada, les Débiteurs, les Contributions à recevoir du ministère du Patrimoine canadien, le montant à recevoir du Fonds canadien de télévision et les Crédeurs et frais courus font partie du cours normal des activités de la Société. La valeur comptable de ces instruments financiers correspond à leur juste valeur du fait que ces instruments ont des échéances relativement brèves.

Les justes valeurs des Débiteurs à long terme ont été déterminées par l'actualisation des versements prévus aux ententes de remboursement au taux d'escompte moyen de la Banque du Canada établi à la date du bilan.

Objectifs et politique en matière de gestion des risques financiers

La Société est exposée à divers risques financiers qui résultent de ses opérations. La gestion des risques financiers est effectuée par la direction de la Société. La Société ne conclut pas de contrats visant des instruments financiers, incluant des dérivés, à des fins spéculatives.

Risque de taux d'intérêt

Le risque d'intérêt se définit comme l'exposition de la Société à une perte de revenu d'intérêt ou une perte de valeur sur les instruments financiers résultant d'une variation du taux d'intérêt. Comme l'échéance de l'essentiel des instruments financiers de la société sont à court terme, toute variation du taux d'intérêt n'aurait pas d'impact important sur les états financiers. L'exposition de la Société au risque de taux d'intérêt est non significative.

Risque de liquidité

La Société a des engagements contractuels (note 10) et des passifs financiers (notes 6 et 7b) et est, par conséquent, exposée au risque de liquidité.

La Société croit que les fonds futurs générés par les activités d'exploitation et l'accès à des liquidités additionnelles provenant des crédits parlementaires et entente de contribution seront suffisants pour faire face à ses obligations. Sous la supervision de la haute direction, la Société gère les liquidités en fonction des prévisions financières et des flux de trésorerie prévus.

Risque de crédit

Les instruments financiers qui pourraient assujettir la Société à un risque de concentration de crédit se composent principalement du montant à recevoir du Canada, des Débiteurs, des Contributions à recevoir du ministère du Patrimoine canadien, du montant à recevoir du Fonds canadien de télévision et des Débiteurs à long terme.

Il n'y a pas de concentration de Débiteurs pour un client en particulier, de par la nature de la clientèle et leur répartition géographique. La Société est ainsi protégée contre une concentration du risque de crédit. Au 31 mars 2009, l'exposition maximale au risque de crédit relativement aux Débiteurs correspond à leur valeur comptable.

La Société établit une provision pour les créances irrécouvrables et révisé régulièrement le crédit de tous ses clients. Au 31 mars 2009, environ 13 % (2008: 43 %) des Débiteurs étaient dus depuis plus de 90 jours, alors qu'environ 58 % (2008: 55 %) des soldes étaient courants (moins de 30 jours). La provision pour créances irrécouvrables s'établit respectivement à 1 268 618 \$ au 31 mars 2009 et à 85 582 \$ au 31 mars 2008. La perte sur créances irrécouvrables s'établit respectivement à 1 368 020 \$ au 31 mars 2009 et à 6 083 \$ au 31 mars 2008.

14. Chiffres comparatifs

Certains chiffres de 2008 ont été reclassés afin de se conformer à la présentation adoptée en 2009.

ANNEXES A ET B – AUTRES RENSEIGNEMENTS

Exercice terminé le 31 mars 2009

A – Fonds du long métrage du Canada

En milliers de dollars	2009	2008
Dépenses de support		
Aide à la production	63 951	62 160
Aide à la distribution et mise en marché	10 953	10 128
Aide au développement	9 257	9 217
Aide aux longs métrages indépendants à petit budget	2 752	1 776
Aide à l'écriture de scénarios	1 169	1 214
Aide aux coproductions officielles	763	686
Aide au doublage et au sous-titrage	497	492
	89 342	85 673
Activités complémentaires		
Développement industriel et professionnel	3 665	3 383
Participation aux festivals et marchés étrangers	1 387	1 041
Publicité, promotion et publications	82	82
	5 134	4 506
	94 476	90 179
Récupérations	(11 902)	(13 248)
Frais de récupération	401	280
	(11 501)	(12 968)
Dépenses de support nettes	82 975	77 211

B – Fonds des nouveaux médias du Canada

En milliers de dollars	2009	2008
Dépenses de support		
Aide à la production	7 844	5 250
Aide au développement	3 795	1 514
Aide à la distribution et mise en marché	415	773
	12 054	7 537
Activités complémentaires		
Développement industriel et professionnel	921	1 532
Participation aux marchés étrangers	187	231
Compétition de jeu vidéo	137	775
Publicité, promotion et publications	15	25
	1 260	2 563
	13 314	10 100
Récupérations	97	–
Dépenses de support nettes	13 411	10 100

ANNEXES C, D ET E – AUTRES RENSEIGNEMENTS

Exercice terminé le 31 mars 2009

C – Autres Fonds

En milliers de dollars	2009	2008
Dépenses de support		
Aide aux coproductions officielles - Télévision	353	325
Aide à la production et au développement	172	444
	525	769
Activités complémentaires		
Subventions aux écoles de formation professionnelles	2 470	2 399
Développement industriel et professionnel	2 037	2 347
Participation aux marchés étrangers	820	620
Publicité, promotion et publications	44	32
	5 371	5 398
	5 896	6 167
Récupérations	(1 350)	(1 495)
Frais de récupération	47	32
	(1 303)	(1 463)
Dépenses de support nettes	4 593	4 704

D – Fonds canadien de télévision – Programme de participation au capital

En milliers de dollars	2009	2008
Dépenses de support		
Aide à la production	-	2 079
Aide au doublage et au sous-titrage	-	57
Aide au développement	-	34
	-	2 170
Récupérations	-	(588)
Dépenses de support nettes	-	1 582

E – Frais de fonctionnement et d'administration

En milliers de dollars	Fonctionnement	Administration	2009	2008
Salaires et avantages sociaux	14 786	3 315	18 101	17 452
Honoraires professionnels	1 673	3 481	5 154	2 681
Amortissement d'immobilisations corporelles et d'actifs incorporels	1 664	321	1 985	2 591
Location, taxes, chauffage et électricité	1 355	274	1 629	1 769
Technologies de l'information	1 177	205	1 382	1 130
Frais de bureau	751	301	1 052	1 206
Voyages et représentation	646	349	995	1 083
Publicité et publications	179	194	373	490
	22 231	8 440	30 671	28 402

Les frais de fonctionnement représentent les dépenses encourues pour livrer les programmes et les frais d'administration représentent les dépenses associées aux activités corporatives inhérentes aux responsabilités dévolues à la Société.

ANNEXES F ET G – AUTRES RENSEIGNEMENTS

Exercice terminé le 31 mars 2009

F – Frais de fonctionnement des principaux programmes

En milliers de dollars	Fonds du long métrage du Canada	Unité d'affaires télévision	Fonds des nouveaux médias du Canada
Salaires et avantages sociaux			
Gestion, administration et livraison	3 467	3 890	1 121
Secteurs à services partagés	1 220	1 137	318
Secteurs en support aux opérations	1 965	2 487	571
Autres coûts	1 070	226	198
Frais de fonctionnement des principaux programmes avant amortissement et radiation	7 722	7 740	2 208

Gestion, administration et livraison des programmes et secteurs à services partagés

Les frais de gestion, d'administration et de livraison des programmes sont constitués de charges salariales inhérentes aux gestionnaires responsables des fonds, aux employés administratifs en soutien aux opérations et aux employés spécialisés dans la livraison des activités des programmes. Les coûts des secteurs à services partagés proviennent des salaires et avantages sociaux reliés aux départements qui desservent l'ensemble des programmes, tels que les services des finances, des communications et des politiques, planification et recherche.

Secteurs en support aux opérations

Ces coûts présentent les dépenses encourues pour supporter l'ensemble des employés attirés à la gestion, à l'administration et à la livraison des programmes ainsi que les employés offrant les services partagés. Ils correspondent aux dépenses des secteurs des ressources humaines, des services informatiques et des ressources matérielles. Les frais sont notamment constitués de salaires, d'honoraires professionnels, de frais de loyers et de coûts de technologie de l'information.

Autres coûts

Les autres coûts proviennent des dépenses de fonctionnement, autres que les salaires et les amortissements, engendrés par la gestion, l'administration et la livraison des programmes, ainsi que par les secteurs à services partagés.

G – Contributions du ministère du Patrimoine canadien

En milliers de dollars	2009	2008
Fonds des nouveaux médias du Canada	13 970	11 500
Autres contributions	81	25
Écoles de formation professionnelle	–	2 519
	14 051	14 044

RAPPORT SUR LA GOUVERNANCE

Objectifs d'intérêt public

Téléfilm constitue un véritable atout pour le Canada et les Canadiens. Téléfilm encourage les créateurs canadiens à produire des œuvres de grande qualité pour les Canadiens et pour le monde entier, concourant ainsi à la reconnaissance internationale du Canada. Par ailleurs, Téléfilm contribue à la création de milliers d'emplois hautement qualifiés qui stimulent, entre autres, la nouvelle génération du secteur audiovisuel.

Intendance de Téléfilm Canada

Chaque année, le comité exécutif de gestion (CEG) présente le plan d'entreprise au conseil d'administration pour approbation. Le conseil d'administration et le CEG travaillent ensemble et partagent les responsabilités inhérentes au bon fonctionnement de Téléfilm. À cet effet, les membres du conseil ont adopté en 2006 un énoncé du mandat du conseil d'administration qui détaille ses responsabilités.

Le conseil d'administration de Téléfilm Canada

Le conseil d'administration de Téléfilm est légalement constitué de six membres et du commissaire du gouvernement à la cinématographie. Le gouverneur en conseil nomme le président parmi les membres. Le conseil d'administration travaille en partenariat avec le CEG pour définir les orientations stratégiques de Téléfilm et veiller à ce que tous les efforts soient déployés pour atteindre les objectifs fixés. Le conseil d'administration voit aussi à ce que les pratiques de gestion et les systèmes de vérification protègent les actifs de Téléfilm et produisent des résultats fiables.

COMPOSITION DU CONSEIL :

Michel Roy, président

Nomination en vigueur le 12 octobre 2007

M^e Elise Orenstein, vice-présidente

Nomination en vigueur le 19 décembre 2006

Yvon Bélanger, CA, président du comité de vérification et des finances

Nomination en vigueur le 11 avril 2008

M^e Grant Machum, président du comité des candidatures, d'évaluation et de la gouvernance

Nomination en vigueur le 9 mai 2008

Marlie Oden, membre

Nomination en vigueur le 30 juillet 2008

Tom Perlmutter, membre d'office, commissaire du gouvernement à la cinématographie et président de l'Office national du film du Canada

Nomination en vigueur le 11 juin 2007

Le tableau ci-dessous résume la charte et les principales activités du conseil en 2008-2009 :

Résumé de la charte et des responsabilités du conseil d'administration	Points saillants des activités du conseil d'administration
<ul style="list-style-type: none"> • Adopter et réviser un cadre stratégique et un plan d'entreprise. • Établir les priorités de Téléfilm. • Surveiller la mise en œuvre du plan d'entreprise. • Approuver les budgets et les états financiers. • Approuver le rapport annuel présenté au ministre. • Contrôler et au besoin, ajuster la vision de Téléfilm en matière de gouvernance et de structure. • Évaluer le rendement du directeur général. 	<ul style="list-style-type: none"> • Nomination d'Elise Orenstein à titre de vice-présidente du conseil. • Adoption de la charte du comité de vérification et des finances et nomination des membres de ce comité. • Adoption d'une nouvelle structure organisationnelle pour les opérations. • Création du nouveau comité des candidatures, d'évaluation et de la gouvernance, adoption de la charte et nomination des membres de ce comité. • Approbation des états financiers au 31 mars 2009. • Approbation du rapport annuel 2007-2008. • Approbation de la matrice des salaires et des primes au rendement. • Invitation adressée au Bureau du vérificateur général du Canada pour la tenue d'un examen spécial de Téléfilm pour l'année 2009. • Approbation de la politique de temps supplémentaire. • Approbation des budgets. • Approbation de l'entente de service avec le Fonds canadien de télévision.

Formation et documentation

Basés sur des besoins spécifiques identifiés par les membres du conseil d'administration, ceux-ci ont la possibilité de participer à des cours de formation, sur une variété de sujets pertinents, dont la gouvernance. Au cours de 2008-2009, un manuel à l'intention des membres a été élaboré. Il contient l'essentiel des informations sur la gouvernance qui s'appliquent aux membres. De plus, un portail informatique a été créé pour documenter les procès-verbaux du conseil et de ses comités.

Les comités

Le conseil d'administration comptait deux comités au 31 mars 2009 : le comité de vérification et des finances et le comité des candidatures, d'évaluation et de la gouvernance. Le tableau ci-dessous résume la charte et les principales activités de ces comités pour 2008-2009 :

COMITÉ DE VÉRIFICATION ET DES FINANCES

Ce comité est composé de trois membres, soit Yvon Bélanger, président, Michel Roy et Elise Orenstein. En 2008-2009, ce comité a tenu un total de neuf réunions.

Résumé de la charte et des responsabilités du comité de vérification et des finances	Points saillants des activités du comité
<ul style="list-style-type: none"> • Réviser les informations financières. • Surveiller la gestion des risques et des contrôles internes. • Prendre acte des procédés de vérification effectués par les vérificateurs externes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Adoption du plan de vérification. • Approbation des états financiers au 31 mars 2009. • Mise en place d'une consultation sur l'application des IFRS à Téléfilm. • Discussion des étapes de vérification concernant l'examen spécial avec les représentants du Bureau du vérificateur général du Canada. • Approbation des budgets.

Répondre aux attentes des Canadiens

COMITÉ DES CANDIDATURES, D'ÉVALUATION ET DE LA GOUVERNANCE

Ce comité est composé de trois membres, soit Grant Machum, président, Michel Roy et Elise Orenstein. En 2008-2009, ce comité a tenu un total de trois réunions.

Résumé de la charte et des responsabilités du comité des candidatures, d'évaluation et de la gouvernance	Points saillants des activités du comité
<ul style="list-style-type: none"> Évaluer le rendement du directeur général. Surveiller les pratiques générales en matière de ressources humaines. S'assurer de la bonne composition et voir à l'évaluation des membres du conseil. S'assurer du respect des règlements de Téléfilm. Étudier toute question relative à la gouvernance. 	<ul style="list-style-type: none"> Révision d'une disposition du code de conflit d'intérêt. Révision de la politique sur le harcèlement. Évaluation du directeur général. Révision de diverses politiques de ressources humaines, dont notamment celles relatives au temps supplémentaire, à l'équité en matière d'emploi et à la santé/sécurité.

Participation aux réunions du conseil et de ses comités

	Conseil d'administration	Comité de vérification et des finances*	Comité des candidatures, d'évaluation et de la gouvernance*
Nombre de réunions	9	9	3
Présence :			
Michel Roy	9	9	3
Elise Orenstein	9	9	3
Tom Perlmutter	7	1	0
Yvon Bélanger	7	9	2
Grant Machum	6	3	3
Marlie Oden	5	2	1

Note : Le vice-président sortant, Felix Fraser, a assisté à deux réunions du conseil au cours de cet exercice.

* La présence des membres qui ne font pas partie des comités est optionnelle.

Assemblée publique annuelle

Conformément à la *Loi sur la gestion des finances publiques* et aux principes directeurs du Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada, Téléfilm a préparé sa première assemblée publique annuelle au cours de 2008-2009. Cet événement avait pour but de permettre une interaction des intervenants de l'industrie de l'audiovisuel et du public avec les membres du conseil d'administration. La première assemblée publique annuelle s'est tenue le 8 avril 2009.

Code de conduite

Il y a quelques années, le conseil d'administration a adopté un *Code régissant les conflits d'intérêt et l'après-mandat* pour les employés et les dirigeants. Chaque année, tous les employés de Téléfilm doivent déclarer qu'ils respectent le Code.

Quant aux membres du conseil d'administration, ils sont assujettis à la *Loi sur les conflits d'intérêts* et également régis par l'article 5 de la *Loi sur Téléfilm Canada* qui stipule que : "toute personne qui a, directement ou indirectement, individuellement ou à titre d'actionnaire, d'associé ou autre, un intérêt pécuniaire quelconque dans l'industrie audiovisuelle ne peut être élue, ni nommée, ni détenir une fonction comme membre de la Société." En outre, si un administrateur devait avoir un intérêt matériel dans un contrat avec Téléfilm qui ne soit pas couvert par l'article 5, il serait assujetti au règlement 1 qui contient un mécanisme de déclaration d'intérêt.

Loi sur la protection des fonctionnaires divulgateurs d'actes répréhensibles

Téléfilm est assujettie à la *Loi sur la protection des fonctionnaires divulgateurs d'actes répréhensibles*. Téléfilm, en tant que petite institution, bénéficie de certaines exceptions faisant en sorte que toute divulgation prévue à cette loi doit être effectuée directement au Bureau du commissaire à l'intégrité du secteur public. Tous les employés ont été informés par écrit de cette situation.

Communications et consultations

Téléfilm a un plan de communications et de consultations avec ses différents clients, partenaires et intervenants clés dont le but est de solliciter leurs points de vue et d'obtenir leurs commentaires sur une base régulière. Par ailleurs, Téléfilm effectue régulièrement des sondages sur la satisfaction de ses clients ainsi que des évaluations sur la pertinence des programmes qu'elle administre.

BUREAUX DE TÉLÉFILM CANADA

HALIFAX

1717, rue Barrington
Bureau 400
Halifax, Nouvelle-Écosse
B3J 2A4
Téléphone : (902) 426-8425
Sans frais : 1-800-565-1773
Télécopieur : (902) 426-4445

MONTRÉAL*

360, rue Saint-Jacques
Bureau 600
Montréal, Québec
H2Y 1P5
Téléphone : (514) 283-6363
Sans frais : 1-800-567-0890
Télécopieur : (514) 283-8212

TORONTO

474, rue Bathurst
Bureau 100
Toronto, Ontario
M5T 2S6
Téléphone : (416) 973-6436
Sans frais : 1-800-463-4607
Télécopieur : (416) 973-8606

VANCOUVER

609, rue Granville
Bureau 410
Vancouver, Colombie-Britannique
V7Y 1G5
Téléphone : (604) 666-1566
Sans frais : 1-800-663-7771
Télécopieur : (604) 666-7754

*Siège social et bureau du Québec

Ce rapport annuel est produit
par Téléfilm Canada.

DÉPÔT LÉGAL

Bibliothèque et Archives nationales du Québec
Bibliothèque et Archives Canada

Design : CG3 Inc. | Communications | Graphisme

Photographie : F2.8

Impression : L'Empreinte

www.telefilm.gc.ca



Sources Mixtes
Groupe de produits issu de forêts
bien gérées, de sources contrôlées
et de bois ou fibres recyclés.
www.fsc.org Cert no. SGS-COC-2332
© 1996 Forest Stewardship Council

FIN